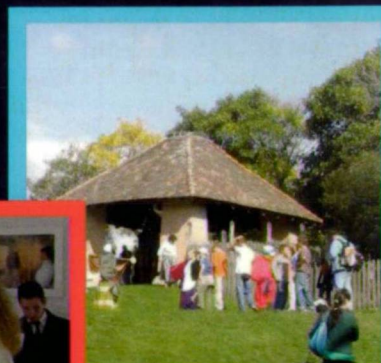


SIMÁNDI SZILVIA

IFJÚSÁG TURIZMUS TANULÁS



AZ IFJÚ KOROSZTÁLY TURISZTIKAI MAGATARTÁSA

IFJÚSÁG – TURIZMUS – TANULÁS

X 195605

SIMÁNDI SZILVIA

IFJÚSÁG – TURIZMUS – TANULÁS

AZ IFJÚ KOROSZTÁLY TURISZTIKAI MAGATARTÁSA

BELVEDERE MERIDIONALE

2012

SZEGED

fontos anyag

SZTE Klebelsberg Könyvtár



J001072541

A kötet megjelenését támogatta:

Eger Megyei Jogú Város

Dél-Magyarországi Pedagógiai Alapítvány

Európai Ifjúsági Kutató-, Szervezettefejlesztő és Kommunikációs Központ

SETUP Alapítvány

SZINT Kft.



Ifjúság – turizmus – tanulás

Az ifjú korosztály turisztikai magatartása

Lektorálta:

Prof. Dr. Sári Mihály

Eötvös József Főiskola

rektorhelyettes

Szerkesztette:

Tornyi Zsuzsa Zsófia

Nyelvi lektor:

Tihanyi Katalin

ISBN 978-963-9573-81-9

X 195605

Tartalomjegyzék

Lektori köszöntő.....	7
Ajánló.....	11
Előszó	13
1. A turizmus mint társadalmi jelenség	19
1.1. A turizmus világáról.....	19
1.2. A turizmus alapfeltételei a turizmus alanyának oldaláról	29
1.3. A turizmus a fogyasztás és a társadalmi meghatározottság tükrében..	40
1.4. A turizmus és az értékek	47
2. Ifjúság – szabadidő – fogyasztás	53
2.1. Az ifjúsági életszakasz főbb jellemzői és az ifjúsági korszakváltás	53
2.2. A szabadidő eltöltése és a fogyasztási szokások	58
2.3. Az ifjú korosztály turizmusban való részvétele	65
3. Tanulási lehetőségek a turizmus kontextusában	83
3.1. Élmény és turizmus.....	83
3.2. A turisztikai szocializáció	89
3.3. A turizmus személyiségépítő, tudásgazdagító hatása	97
4. Középiskolások a turizmusban.....	113
4.1. A megkérdozett középiskolások jellemzői.....	115
4.2. A családi és az iskolai turisztikai szocializáció	134
4.3. A tanulás lehetőségei az ifjúkori turizmus kontextusában.....	142
4.3.1. A turizmusban való részvétel és a személyiségfejlődés	142
4.3.2. Az információgyűjtés és a kulturális fogyasztás.....	147
4.4. Turistatipológia	158
Összegzés	167
Felhasznált irodalom	175
A táblázatok jegyzéke	197
Az ábrák jegyzéke.....	199
Mellékletek	201
Summary	225
Resümee	227
Köszönetnyilvánítás.....	229

Lektori köszöntő

Rekreációtól az önnevelésig

Az ember mindig törekedett az idő és tér meghódítására, új terek felfedezésére, más világok megismerésére. Az ókor nagy földrajztudósai – Eratostenes Pentatlostól Strabonig – a középkorban az arab Ibn Rusztától a németalföldi Brémai Ádámig, az újkorban Christopher Columbustól a magyar Teleki Sámuelig tudományos igénnyel tárták fel az adott korban megismerhető kontinensek tereit. Ezeket a világokat járták be „leleményes Odüsszeusz”, Nagy Sándor és katonái, Szinbád, a tengerész, a Spiró György „Fogság” című regényében ábrázolt zsidó diaszpóra „Ur”-jai, Marco Polo, Robinson Crusoe, Jules Verne regényhősei, a középkori egyetemeken tanuló diákok, vándorzenészek, komédiások, mesterjelölt iparos legények, a vándorkereskedők, a hadjáratok katonái, a felvilágosodás és reformkorban a középnemesség és arisztokrácia: eltérő célok vezérelték őket, de mindnyájan a tér-idő-társadalom újabb elemeit is felfedezhették.

A XIX. században az ipari/polgári társadalom megtermelte azt az értéktöbbletet, amelyet a téri világ rekreációs-kulturális célú felfedezésére, közvetlen élményszerzésre lehetett fordítani, a polgári szabadság lehetővé tette a tömeges részvételt, a tudományos technikai feltételek (gyors járművek, telekommunikáció) pedig a terek korlátlan „bekebelezésére” adtak elérhető feltételeket. A körvonalaazódó szükségletek mentében megszülettek az egyes turizmust szolgáló intézmények, majd azok funkcionális hálózattá szerveződtek, amelyben a társadalmi munkamegosztásban elkülönült munkacsoport látja el a szolgáltató tevékenységet.

A XIX. század végétől napjainkig (az élményturizmustól a katasztrófaturizmusig) számos uralkodó trend alakult ki, Simándi Szilvia „Ifjúság-turizmus-tanulás” című könyve azokat csupán érinti.

A turizmus történetileg kialakult formarendszerét áttekinti a szerző, s elfogadható a témaválasztás szélesebb indoklása, amely szerint az ember „élménytársadalom” - ban él. A „harmadik modernitás” korában a termelő és a lokális ember környezetének súlyos nyomása alatt áll, a környezet fizikailag és pszichésen megterheli, elfárasztja, kizsákmányolja erejét, elidegenedik tevékenységétől, „elkopik” a mindennapi cselekvés során. Menekül élményekbe, az élmények utótörténeiseibe, s a homeosztázisát egy jövőbeni téri- társadalmi- időélménnyel állítja helyre. Kérdés, hogy ez mennyire önmegvalósítás, s milyen mértékben kompenzáció. A turizmusról, értékekről és fogyasztásról szóló fejezetben foglaltak arra figyelmeztetnek bennünket, hogy a turista a mindennapi

időszerkezetében használatos értékeket, fogyasztási szokásokat is megváltoztatja, s egy általa meg nem élhető világ mértékeit és tartalmait helyezheti előtérbe, s a turisztikai idő szakrális időként jelenhet meg, amelyben vágyait megélheti.

A turisztikai időben az önmegvalósítás szűk időintervallumra szorítkozik, hamis válaszokat kaphatunk arra vonatkozóan, hogy „mi a dolgunk a világban”, „ki vagyok én”, stb., s ha az önmegvalósítás csupán a rendszerint erőn felül is finanszírozott turisztikai időre és az ember eredeti rendszerkörnyezetétől eltérő „különös” térre vonatkozik, az növeli az elidegenedést. A reális önmegvalósítás döntően az egyén életterében és éves élettevékenységében keresendő. A szerző felvonultatja pro és kontra érveket, s meghagyja számunkra a választás/döntés lehetőségét, hiszen szinte végtelen az argumentumok sora.

Bizonyára sokan vannak, akik a turisztikai élményeket szisztematikusan építik fel, azt az önnevelés részévé teszik: kiegészítik, fejlesztik idegen nyelvi ismereteiket, megújítják a tudás bázisukat, új kompetenciákat formálnak meg (lásd: kalandturizmus), nemzeti, regionális, települési közösségi, személyiségi identitásukat stabilizálják. de többen vannak azok, akik a tudást és kompetenciákat járulékosan, informális úton szerzik meg.

Az utóbbi fél évszázad felnövekvő nemzedékei belenőttek a felnőttek turizmusának folyamataiba, abban is szocializálódtak, nem véletlen, hogy az ifjúkorúak a „látványosság”-ot igénybe vevők egyötödét teszik ki. A fiatal ember a szocializációja során ráhangolódott az élményszerzésre, a „turbo-emocionális” feltöltődésre. Nyitott a világra, fogékony az új megismerésre, érzékeny a másságra, s a megismerési folyamataiban autonómiát teremthet, szemben az iskolai tudás és kompetencia-megszerzés szabályozott formáival. A turizmus világa: szabadság, optimális esetben az önformálásra, a fiatal egyénileg és csoportban is (azonos korúak csoportja) a felnőttek nélkül, felnőtt kontroll nélkül a saját erejét, tudását is megpróbálja, képességeit mérlegre teszi. Ez a motivációs többlet adja részben a turizmusban részvétel szándékát, növeli meg a fiatalok akció-igényét.

A szerző az ifjúság rétegének értékorientációit és szabad idejét is vizsgálja. Zinneckerre hivatkozva idézi: *„fiatalok értékorientációi, cselekvési mintái, életkarrierje egyre inkább eltér a felnőttekétől. (...) A fiatalok egyre inkább elutasítják az idősebb generációk gyakorlatát, különösen akkor, ha az felfogásuk szerint szemben áll a fiatalok azon igényével, hogy nagyobb szabadságot és függetlenséget fejezhessenek ki”*. A kutatás során felhasznált irodalmi hivatkozások igazolják, hogy a XXI. századi ifjúság generációja új szubkultúra hordozója, amely a felnőtt társadalom kultúráját nem csak tartalmában, hanem más modell szerint innoválja, mint a korábbi ifjúsági generációk beépülése idején.

Simándi Szilvia kutatásának – így a könyv tartalmának is – eredeti, új eredménye a középiskolások körében végzett vizsgálatból ered. A megkérdezett

fiatalok már az új évezred gyermekei, akik előtt kinyílt a világ hatalmas faluja, akik ki-belépnek a virtuális és való világba, tereket és időtartományokat lépnek át. Önállóan döntenek a turisztikai cél kiválasztásában is, autonómiájuk szokatlanul nagy a családon belül, és mint azonos korúak közösségében élő tagok. A család, mint szocializációs mező, meghatározó ugyan a fiatalember érték- és normarendszerére, szokásaira, kulturális magatartására, de a korábbi generációkhoz mérve nagyobb az eltérés a tradícióátadó család kultúrája és a fiatalé között. Ennek oka nem személyiség fejlődése maga vagy a kultúraközvetítő család, hanem a külső információ- és kommunikációtechnológiai hatások, a hagyományos családi életmódnak ellentmondó pörgő, az időt szolgáltatásokra építő, érték- és normarendszerét változtató globalizálódó világ.

A szerző meghatározza a középiskolások turisztípusait: 1. A kultúra iránt érdeklődők 2. Szórakozásra, „bulizásra” vágyók 3. Aktív, mindenevők, kontraszt élményeket gyűjtők. A típusok és a kultúrához való viszonyban újabb összefüggésekre is fény derül: az iskolatípus, a nem is befolyásolja azt, a fiatal miként él a turisztikai esemény alkalmával a kultúra értékeivel. A kutatási adatok mennyisége mélyebb rétegzésre, tipológia kialakítására nem elegendő, bizonyára nagyobb adathalmazban újabb típusok felfedezésére lehet majd következtetni.

A tanulmány alapján bizonyítva látjuk, hogy a turizmus – így az ifjúság turizmusa – minden belső ellentmondásossága ellenére is tudásátadó, tudásnövelő faktor. Abban a célzott tudásszerzéstől a spontán, járulékosan megjelenő ismeret- és képességallokációig minden fokozat fellelhető, és a turisztikai szándékokat gerjesztő motivációk köre szélesedik, a turizmussal eltöltött idő nagysága nő, különösen a városi fiatalok körében, s vannak olyan adatok, amelyek megerősítik, hogy a szabadidő eltöltés minősége is javul. Kutatások bizonyítják (pl. Forray R. Katalin és Juhász Erika, *„A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés”* című kutatás), hogy az informális tanulás a kompetencia- és tudásszerzés fontos tényezője, amelyet a formális és nonformális tanulási terület mértékei szerint is regisztrálni és elismerni lehet.

Simándi Szilvia alább olvasható munkája gazdagítja egy fontos társadalmi réteg, az ifjúság tudásszerzéséről nyert tudományos ismereteket, s a kötetet mind az andragógus oktatók, hallgatók, gyakorlatban dolgozó közművelők, felnőttnevelők, mind a turizmusban tevékenykedők vagy tanulmányaikat folytatók és tanáraik, mind a kultúrpolitika, gazdaságpolitika formálói figyelmébe ajánlom.

Baja, 2011.

Prof. Dr. Sári Mihály



Ajánló

*"Vision without action is a daydream.
Action without vision is a nightmare."
(Japán közmondás)*

Az ifjúsági turizmus szinte egyidős az emberiséggel, ha ez sokáig nem is volt tudatosan elkülönült tevékenység. A társadalom fejlődése, folytonos változása természetes módon termelte ki magából a specifikus tevékenységeket. Európában már több mint száz éve merült fel igény arra, hogy az ifjúság turizmusának nemzeti és nemzetközi szinten is szervezett keretet adjanak, megfigyeljék, kutassák, ebben az időszakban elsősorban szociális, társadalompolitikai oldalról megközelítve. Az elmúlt száz év óriási változásokat hozott a világban. Az életkörülmények mindenkori változásai, az utazási lehetőségek infrastrukturális bővülése, a gazdasági lehetőségek növekedése a turizmus forradalmi változását, bővülését hozta magával. Ebben a folyamatban fejlődött és változott az ifjúság turizmusa, mennyiségileg és tartalmilag egyaránt.

Egyre világosabbá vált, hogy az ifjúsági turizmus hozzájárul a fiatalok szellemi fejlődéséhez, a környező világ megismerésén keresztül a tárgyi, társadalmi és kulturális ismeretanyag bővüléséhez, a résztvevők szociális fejlődéséhez.

Az ifjúsági turizmus fenntartása, fejlesztése az ifjúság nevelésének hatékony és nélkülözhetetlen része. Ezen túlmenően a turizmusnak, mint gazdasági ágazatnak fontos eleme. A ma fiatalja a jövő felnőtt turistája, az iskolai kirándulásokat, közösségi programokat, az ifjúság egyéni szervezésű részvételét a turizmusban, a szociál- és neveléspolitikai integrált részének tekintjük. Az ifjúsági szálláshelyek ennek a szociálturisztikai és neveléspolitikai feladatnak, az infrastruktúráját képezik, most már részben piacgazdasági szférában működve.

Ezekkel a gondolatokkal összefüggésben, szeretettel üdvözzöljük ezt a tanulmányt, amely hozzásegíthet az ifjúság speciális igényeinek jobb megértéséhez, tartalmi és minőségi fejlődéséhez. Rámutat a téma kutatásának fontosságára és további gondolatokat ébreszt, igényeket támaszt a téma különböző oldalainak megismerésére, feltárására. Reméljük, hogy sokan olvassák és hasznosítják a tanulmányt.

*Erdőháti Ágnes
A Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetségének
Ügyvezető elnöke*

Előszó

*„A turizmus, az üdülés és az utazás sokkal lényegesebb
társadalmi jelenségek mint amilyennek
azt a legtöbb kommentátor tartja.”*

Urry (2007a, 2)

Könyvünk középpontjában a középiskolás korosztály turistaélménye áll. Főbb kérdéseink arra irányulnak, hogy a turizmus népszerű¹ szabadidős tevékenységként, a rajta keresztül szerzett élmények, tapasztalatok és tevékenységek formájában, miként alakítja az ifjú korosztály személyiségefejlődését és hétköznapi tudását, mit nyújt a fiatalok számára, figyelembe véve a középiskolások utazási jellemzőit.

A turizmus korunk egyik világjelensége, a nyári hónapokra szinte kisebb „népvándorlás” jellemző, és csaknem „*turistaálmok uralják az év maradék 50 hetét is, amikor nem nyaralunk*” (Löfgren 2004, 217). A jelenség lényegét napjainkban az élményszerzéssel járó – lakóhelyen kívül eső – szolgáltatások igénybe vételében ragadhatjuk meg, s eközben a posztindusztriális társadalmakban a mindennapi életben egyre nagyobb szerep jut az élményeknek (vö. Schulze 1992, 2000, 2003). Az élmény kérdése munkánkban azért is játszik fontos szerepet, mert „*a szubjektumok (többek között) élmények formájában valósítják meg önmagukat*” (Schulze 1992, 46), és a turisták egy-egy attrakció felkeresésével különböző tapasztalatokat szereznek, amelyeket személyes adottságaik alapján értelmeznek. „*Aligha vitatható, hogy (...) az utazás az (ön)nevelés és az (ön)művelődés egyik látványos eszköze, e folyamat(ok) egyik fontos mozzanata*” (Éles 2007, 109)².

Egyre elfogadottabbá válik az a nézet, hogy a szabadidő eltöltése közben, a különböző tevékenységek és hobbik gyakorlása folyamán is, új ismeretekre és fontos készségekre lehet szert tenni (Csapó 2005), azaz nemcsak a formális tanulás, hanem a nem-formális és az informális tanulás

¹ 2008-ban a magyar lakosság egyharmada tett legalább egy alkalommal többnapos belföldi utazást, és a magyar lakosság több mint negyede vett részt, legalább egyszer, kettő-négy napig tartó utazáson (KSH 2009a). A 2008-ban kezdődő és 2009-ben kiteljesedő gazdasági válság hatására csökkent a lakosság rendelkezésére álló, szabadon elköltethető jövedelem, ami a turizmus területén is erősen éreztette negatív hatását. 2009-ben a magyar lakosság egynegyede tett 1-3 éjszakás és egyhatoda ennél hosszabb utazást, az utazás legalább egyik formájában a lakosság egyharmada vett részt. Különösen a hosszabb utazásoknál érzékelhető nagy visszaesés (KSH 2010).

² A Felnőttképzési Lexikon (Benedek – Csoma – Harangi 2002, 551) is szerepelteti a turizmus szócikket, ezzel is jelezve annak az élethosszig tartó tanulásban játszott szerepét. A Pedagógiai Lexikonban a kirándulás (Báthory és Falus 1997, 230) és a tanulmányi kirándulás (Báthory és Falus 1997, 493) szócikk található meg, tartalmát a szervezett, illetve az irányított tevékenységek oldaláról közelítik meg.

útján szerzett tudások is egyre jobban értékelték, elismerték (Komenczi 2001).

Az egyénben gyakran nem is tudatosul az „élethosszig tartó tanulás”: akár a szabadidő eltöltése közben is – így a turizmus során is – gazdagíthatja személyiségét, megszerezhet valamilyen tudást, bővítheti kompetenciáit, erősítheti készségeit, aminek hatásai főként műveltséghez és a mindennapi élethez kapcsolódnak. A tanulást a turizmus kontextusában munkánkban egyrészt a szocializációs közegeken keresztül vizsgáljuk, másrészt a turizmus során megvalósuló, szabadidőben történő tudásszerzést, kompetenciabővülést és személyiséggazdagodást értjük alatta.

A téma aktualitását az is adja, hogy egyre inkább növekszik a fiatalok önállósága, és egyre meghatározóbb szerepet tölt be életükben a fogyasztói ipar (vö. ifjúsági korszakváltás, Gábor 2000), aminek következtében „*a fiatalok egyre nagyobb mértékben részesednek a felnőttek mindennapi élvezeteiben, a szolgáltatások igénybevételében (például a turizmus) és egyre nagyobb biztatást kapnak önmenedzselésükre*” (Gábor 2000, 14). Az ifjú korosztály számára különösen fontosak az élmények, mert életkori sajátosságaikból fakadóan erősen jellemzi őket az élményorientáltság, az élményekre való nyitottság, és az is figyelemre méltó, hogy nemzetközi viszonylatban az ifjú turisták teszik ki a turizmus keresleti oldalának a 20 százalékát (Gibb 2007).

E kötet lapjain az ifjúság turizmusban való részvétele alatt a középiskolai tanulók felnőtt (szülő, iskolai nevelő stb.) kíséret nélküli, egyénileg³ megszervezett, baráti társasággal együtt történő nyaralását, kirándulását értjük, amely alatt különféle szolgáltatásokat vesznek igénybe, azaz a felnőttek turizmusban való részvételéhez hasonlóan töltik el a nyaralásukat.

A téma gyakorlati jelentőségét abban ragadhatjuk meg, hogy a turizmus az ifjú korosztály számára a mindennapitól egy eltérő tapasztalási helyzetet kínál, mert az éves iskolai elfoglaltságok után turistaként egy „kötetlenebb” világba léphetnek át. Az ifjúsági turizmus az emancipációnak fontos részét képezheti, mert a turizmus során a középiskolások – még ha csak rövid időre is – térben és lelkiekben is elszakadnak a szülői háztól. Lehetőséget kapnak önmaguk és a társaik másfajta környezetben való megismerésére, illetve arra, hogy önmagukat új szituációkban kipróbálhassák. A fiatalság, a középiskola befejezése körüli életkor sokaknál olyan időszak, amikor nagyon vágnak az izgalmas életre, az élménydús kihívásokra, az erejük megtapasztalására és arra, hogy megmutathassák „*milyen fából vannak faragva*” (Scitovsky 1990, 37). A fiatal korosztály egyre

³ Nem utazásszervezők által összeállított programcsomagot vásárolnak meg.

több időt tölt el az internet előtt, ami a közöttük lévő kommunikációra és a baráti kapcsolatokra is kihat, így a nyaralás, az utazás a személyes kontaktusokra is további alkalmat kínál.

Tehát az ifjú korosztály „turista szerepben” történő vizsgálata egy lehetséges kutatási terepet biztosít ahhoz, hogy még árnyaltabban megismerhessük szabadidős döntéseiket és szabadidő-eltöltési módjaikat.

Vizsgálódásunk közvetett jelentősége abban ölt formát, hogy a ma fiataljaiból lesznek a jövő turistái, ami az egész életen át tartó tanulás szemszögéből szintén nem elhanyagolható. Munkánk során különös figyelmet szentelünk a turisztikai szocializációnak, a turizmusban való részvételnek, és tipológia megalkotására is kísérletet teszünk.

A könyv fejezetei két nagyobb egységbe szerveződnek: Az *első egységben* a téma szakirodalmait tekintjük át külföldi és hazai tanulmányokon, tudományos folyóiratokban publikált írásokon keresztül, itt elsősorban a turizmuselmélet társadalomtudományi vonatkozásait és a neveléstudomány eredményeit, illetve a tágabb témakör irodalmait jelenítjük meg, rámutatva a terület multidiszciplináris voltára.

„A turizmus mint társadalmi jelenség” című fejezetben a turizmus jelenségét mutatjuk be, ahol többek között a fogyasztási szokásokkal összefüggésben a turizmus és az értékek változásának a kapcsolatát vizsgáljuk meg. Mivel a turizmuselmélet lényege a turizmus rendszerén keresztül ragadható meg, ezért röviden ismertetjük a turizmus rendszerszemléletű megközelítését, a hangsúlyt a turizmus alanyi oldalára helyezve. A fejezet során körvonalazzuk a turizmusban való részvételt befolyásoló alapfeltételeket: a motivációt, a szabadidőt és a diszkrécionális jövedelmet. A motiváció elemzése a turista-tipológiák árnyaltabbá tételéhez nyújt segítséget, a szabad rendelkezésű jövedelemmel összefüggésben pedig a fogyasztási szokásokat vizsgáljuk, ezen belül a turizmus és a társadalmi státusz összefüggéseit keressük. Nem hagyjuk figyelmen kívül a tömegturizmus kritikai megközelítését sem.

Az „Ifjúság – szabadidő – fogyasztás” fejezet célja, hogy az ifjú korosztályról mint turistákról képet alkothassunk. Mivel a turizmus a szabadidőhöz kötődik és maga is egyfajta fogyasztás, ezért többek között megvizsgáljuk az ifjúság életmódjának jellemzőit – a hangsúlyt a szabadidős és a fogyasztási szokásokra helyezve – az úgynevezett ifjúsági korszakváltás legfontosabb jegyeinek figyelembe vételével. Röviden ismertetjük az ifjúkori utazások előzményeit, majd nemzetközi és hazai kutatásokat elemzünk.

A „Tanulási lehetőségek a turizmus kontextusában” című fejezetben az élmény, a személyiség-gazdagodás és a tudásgyarapítás lehetőségeit vizsgáljuk a turizmus kontextusában, a szocializációs közegek hatásait is

figyelembe véve. A szocializációs közegek (család, iskola, média stb.) közül figyelmünket elsősorban a családi utazások meghatározó szerepének szenteljük, ahol figyelembe vesszük a társadalmi tőke jelentőségét is. Minthogy az iskolai végzettség meghatározó szerepet játszik abban, hogy valaki önmagát képezi-e vagy sem, ezért megvizsgáljuk a kulturális tőke szerepét is a turizmus kontextusában.

A kötet *második egysége* az empirikus vizsgálat eredményeit mutatja be. Célunk, hogy a fiatalok turisztikai jellemzőit alaposabban megismerjük (az utazás motivációját, annak a megszervezését, a végzett tevékenységeket, az utazás során szerzett tapasztalatokat, továbbá az utazás elmaradásának okát stb.), amin keresztül élményfogyasztásukat, turisztikai szocializációjukat és a turizmus során megvalósuló személyiségfejlődésüket, illetve tudásszerzésüket vizsgálni tudjuk. Mindemellett kísérletet teszünk a háttérben álló társadalmi-kulturális tényezők feltárására is.

Könyvünk tehát a következő kérdésekre keresi a választ: Hogyan befolyásolja a családi háttér a fiatalok utazási szokásait? Milyen hatást gyakorol a család kulturális és társadalmi tőkéje az ifjúkorúak utazási döntéseire? Melyik programtípusban tanulók utaznak leginkább? Milyen szerepe van az iskolának, az intézmény profiljának? Mennyire készülnek a fiatalok arra, hogy a nyári szünidőt utazással töltsék el? Tesznek rá félre pénzt, gyűjtenek rá? Milyen ismeretek, tudások, készségek birtokába jutnak egy nyaralás során? Miben különböznek turistaként, milyen turistatípusokkal találkozhatunk esetükben?

I. A TURIZMUS MINT TÁRSADALMI JELENSÉG

1. A turizmus mint társadalmi jelenség

„A világ egy könyv; aki otthon marad,
csak egy oldalt olvas el.” Szent Ágoston

A turizmus jelensége összetett rendszert alkot, ezért megismeréséhez körvonalazzuk, hogyan kapcsolódnak egymáshoz a különböző elemei. A hangsúlyt a turizmus alanyi oldalára helyezzük, azaz a témát az egyén (a turizmusban részt vevő) oldaláról közelítjük meg.

1.1. A turizmus világról

A turizmus jölehet nemcsak korunk jelensége – fogalmát először a berlini iskola határozta meg a 20. század elején – azonban a kezdeti definíciók a turizmus jelenségét kevésbé részletekbe menően írták le (Lengyel 2001).

A turizmus fejlődésével az egymást követő meghatározások egyre több új lényeges elemet vettek figyelembe, ilyen például az utazás motivációja, célja, az utazás nem jövedelemszerző jellege, a lakóhelyen kívül eltöltött idő hossza; illetve vizsgálták a jelenség tárgyi oldalát, tehát a turisztikai szolgáltatásokat is (Puczko és Rátz 2002a). Ráadásul az újabb definíciók már a turistaélmény fontosságát sem hagyják figyelmen kívül, Michalkó (2001) élményszerzéssel párosuló környezetváltozásként definiálja a jelenséget, mialatt különböző szolgáltatásokat veszünk igénybe.

Fekete (2007) hasonlóképpen értelmezi, azaz a turizmus élménykereső személyforgalom, amelynek alanyai ideiglenesen utaznak el állandó lakóhelyükről máshová – mégpedig nem pénzkereső tevékenység céljából – és ott különböző szolgáltatásokat vesznek igénybe.

Lengyel Márton (2001, 37) rendszerszemléletű megközelítésén belül a turizmus alanyi és tárgyi oldala – más szóval keresleti és kínálati oldala – már jól elkülöníthető, a turizmus alatt „*egyrészt az ember állandó életvitelén és munkarendjén (...) kívüli valamennyi helyváltoztatást és tevékenységet értünk, bármilyen azok konkrét indítéka, időtartama és célterülete. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese*”. Ezt a fogalmat vette át a későbbiekben lerövidített formában a Turisztikai Világszervezet (UNWTO⁴), ez egyben a

⁴The United Nations World Tourism Organization, továbbiakban UNWTO. Az ENSZ turizmusért felelős legfőbb szakosított szervezete. A turizmus vezető nemzetközi szervezetét, a Turisztikai Világszervezetet (World Tourism Organization – UNWTO) 1925-ben alapították. Tagjai között

legáltalánosabban elfogadott turizmus-definíció is, amely szerint „*a turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását – beleértve az egynapos kirándulást is – valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat*” (UNWTO 2008, 1). Lengyel (2001) szerint a néhány órás lakóhelyen belüli, de otthonunkon és munkahelyünkön kívüli szabadidő-eltöltés is turizmusnak minősül, azaz meglátása szerint a lakáson kívüli, de az adott településen belül végzett tevékenységek is ide sorolhatók, munkánk során azonban a turizmus lakóhelyen belüli értelmezését nem alkalmazzuk.

A magyar szóhasználatban a turizmus, turista kifejezések mellett eléggé elterjedt még az „idegenforgalom” kifejezés használata is, mely a német „Fremdenverkehr” szó szerinti fordítása. Ezt számos turisztikai szakember kifogásolja, a benne lévő „idegen” szó miatt, mert a turizmus szemléletével ellentétes, hogy egy turistában a vendégül látás során az idegent lássuk, különösen, ha belföldi turistáról van szó (Tasnádi 2002).

A turizmus jelensége magában foglalja a nyaralás, az üdülés stb. kifejezéseket is, amelyeket a köznapi nyelvhasználatban gyakran használunk.⁵ Megjegyezzük azonban, hogy a szakma a statisztikák értelmezésekor a kiránduló és a turista meghatározás között különbséget tesz, vagyis kiránduló az, aki 24 óránál kevesebbet tölt el az adott helyen (azaz szállást nem vesz igénybe), és turista az, aki legalább 24 órát, azaz egy vendégéjszakát is eltölt, és utazásának célja nem jövedelemszerzés (vö. Lengyel 2001, Puczkó és Rátz 2002a). Ettől függetlenül mind a turisták, mind a kirándulók a turizmus alanyi oldalát jelentő „látogatók” halmazába tartoznak. Felmerülhet a kérdés, hogy az egyének mikor tekintik magunkat „turistának” (azaz a turizmus alanyi oldalának), és mikor nem, ezért a téma aspektusából munkánkban minden megkérdozett fiataalt a turizmus alanyának tekintünk, amennyiben a nyári szünetben lakóhelyén kívül kirándult, vagy nyaralt.

Érdekes megvizsgálnunk azt is, hogyan változott az utazáshoz, a turizmushoz való hozzáférés, hiszen napjainkra a turizmus tömegessé válása jellemző. „*A turizmus fejlődése az utazás demokratizálódását reprezentálja*” írja Urry (2007a, 4), hiszen az utazás régtől jelen van az emberiség történetében, a szabadidőben történő utazások már az ókortól kezdődően ismertek voltak (Puczkó és Rátz 2000). Gondoljunk például az olimpiai

található 150 ország, hét terület társult tagként, két megfigyelő, továbbá több mint 300 kapcsolatban lévő tag, beleértve helyi közigazgatási szerveket, turista társaságokat és a magánszektorba tartozó olyan vállalatokat, mint légitársaságok, hotelláncok és utazási irodák. Forrás: Magyar ENSZ Társaság. <http://www.menszt.hu/>

⁵ Ezeknek a részletezésére, illetve a turizmus fajtáinak tipizálására a turistamotivációk elemzésekor térünk ki.

eseményekre, a gyógyulással kapcsolatos utazásokra, a zarándoklatokra, a diákok és a művészek ismeretszerző utazásaira stb. (Lengyel 2001) Az utazás azonban – a tömegfogyasztássá vált formája előtt – többnyire egy jelentős anyagi tőkével, sok szabadidővel, kulturális kíváncsisággal és motiváltsággal rendelkező, szűkebb réteg kiváltsága volt (Kiss 2001), ezáltal a turizmus jelenlegi értelmezésében viszonylag új jelenségnek tekinthető.

Az egyik változás az ipari forradalomhoz köthető, mert a 18. század vége felé kibontakozó iparosodással, és az azt követő urbanizációval egyre nagyobb kör számára váltak adottá az utazáshoz szükséges alapvető feltételek: a szabadidő és a szabad rendelkezésű jövedelem (Rátz 1999, 14). *„Az utazható infrastruktúra megteremtése mellett azonban az utazásért való utazás iránti vágynak is meg kellett jelennie ahhoz, hogy elkezdődjön az a változás, amely a nemesi Grand Tourok-on és az elit fürdőre járásán keresztül a polgári turizmusbelyszínek, a tengerpart és a magashegységek birtokbavételen keresztül napjainkra az alternatív turizmusformákon keresztül megjelent bolygónk minden szegletében, sőt azon kívül is. Az elmúlt évszázadok rohamos fejlődése, a turizmushoz kapcsolt elképzelések változásai a komplex társadalom tagjainak szeretett-utált cselekvésévé tette a turizmust”* (Pusztai B. 2004, 213).

A 19. század végén jelentek meg olyan találmányok (motorgépkocsi, repülőgép stb.), amelyek meghatározták a 20. század első felének a turizmusát. A 20. század úgy is jellemezhető mint a turizmus tömegessé válásának a kora. Jóllehet a világháborúk a nemzetközi turizmus fejlődési folyamatát is megszakították, azonban mind a két világháború közötti időszakban, mind a második világháború után a turizmus újra fejlődésnek indult. Igaz, közben is voltak olyan meghatározó események, amelyek a fejlődését hátráltatták, ilyen például a gazdasági válság (1929), vagy az olajválság (1973) (Lengyel 2001).

A posztmodern turizmus fejlődése többek között az urbanizációnak, a városi életmódnak köszönhető, illetve az információs és kommunikációs technológia (IKT) fejlődésének, terjedésének, melynek következtében a potenciális turisták egyszerűbben szerezhetnek információkat távoli országokról, desztinációkról (Tasnádi 2002). Mindez növelheti a kedvet az utazás iránt, és hozzájárul a távoli területek megközelíthetőbbé válásához (technológiai környezet, vö. Lengyel 2001).

Napjaink turizmusát az élményszerzésre való törekvés határozza meg (Michalkó 2001). Schulze *„Élménytársadalom”* című (1992) munkájában úgy fogalmaz, hogy amíg a szűkösség (hiány) társadalmában a cselekvési lehetőségek is korlátozottak voltak, addig az élménytársadalomban már a mindennapok lehetőségei is erőteljesen kibővülnek. A cselekvések külső meghatározottságát az „élmények társadalmában” a „belső orientáció”

váltja fel. A belső orientáció fogalmát az élményorientáció fogalmával azonosítja. A hiánytársadalom középpontjában a túlélés, a tulajdonszerzés és az erőforrások felhalmozása állt, ezzel szemben az élménytársadalom középpontjában a szép és élménydús élet iránti igény is megtalálható (Schulze 2000). Schulze (2003, 186-199) az élménytársadalom előzményeit három korszakon, három „állóképen” keresztül mutatja be a Német Szövetségi Köztársaság kultúrtörténetére vonatkozóan, amely késéssel nálunk is megjelent. Az egyes képeket az élményekhez való hozzáférés és az élmények megszerzésére való törekvéseken keresztül világítja meg. Az első állókép a második világháborút követő éveket mutatja be. A társadalom a háború utáni években a munkára, az újjáépülésre épült, és a státuszcsoportok erősen hierarchizáltak voltak. Egyetértés volt abban is, hogy a magaskultúrát kell elsősorban támogatni (vö. Gans 2003). Az élménykeresés főként a munka utáni szórakozásra korlátozódott, az élménypiac ekkor még felfedezetlen volt, halmozásról szó sem volt. A második kép (1960-70-es évek) a „*kulturális konfliktus*” állapotát mutatja be, ahol a fő problémát már nem a megélhetés, hanem az élményszerzés jelenti a megváltozott anyagi feltételeknek köszönhetően. A korcsoportok között megjelentek kulturális ellentétek, az életkor meghatározó tényezővé vált az élményekre való nyitottságban (vö. ifjúsági korszakváltás: Gábor 2000). Egyre fontosabb lett a szubjektivitás, ahol az életkor szintén döntő jelentőségű. Eközben az élménypiaci szolgáltatóknál megjelent a terjeszkedés. A harmadik kép (1980-as évek elejétől) már az élmények társadalmát mutatja be, ahol az élménypiac a mindennapi életet uraló tereppé vált. Az élménypiac növekedése még most sem zárult le, azonban a fogyasztók már rutinosabbá váltak, hozzászoktak az újdonságokhoz, és folyamatosan igénylik is azokat. Az új élmény, a folyamatos és gyors változásnak köszönhetően, immár sem a magaskultúrát, sem a tömegkultúrát nem szolgálja, hanem egyetlen jellemzője az újdonság. Egyfajta szükségletté válik, az unalom elkerülése végett. Ezzel párhuzamosan az a jelenség is egyre dominánsabban jelentkezett, hogy a fiatalok mintakövetőkből mintaadókká is váltak (Gábor 2006a).

A 20. századra jellemző tömegturizmus már egy összetett, „*Janus arcú*” jelenség (vö. Kiss 2001). Egyszerre szennyez, pusztít és elértéktelenít, vagy éppen ellenkezőleg: helyreállít, gondoz, óv – azaz egyaránt számolhatunk destruktív és konstruktív hatásokkal. Emellett ellentétes irányú törekvésekkel is szembesülhetünk, az egyik oldalon például a nemzetközi homogenizációval, a másik oldalon pedig a helybeliek azon szándékaival, hogy a helyi kultúrát megőrizték, és a turisták számára is vonzó kínálattá tegyék azt (MacCanell 2003, 115). Itt felmerült a kérdés,

hogyan a turizmus ténylegesen a hagyományok ápolását segíti-e elő (Nicholson-Lord 2003) azáltal, hogy a helyi értékekből próbál vonzó kínálatot nyújtani az odalátogató turistáknak, vagy MacCanell (2003) szavaival élve a tömegturizmus az emberi társadalom elszemélytelenedésének a terméke, és megragad minden lehetőséget arra, hogy mindenből – akár torzulás, giccs árán is – kínálati elemeket gyártson az oda utazóknak.

Sokszor a tömegturizmusról szóló vitákban is megjelenik az a nem túl szerencsés kategorizáció, amely „*az igaz utazó*” a „*turista vulgarisszal*” állítja szembe (Löfgren 2004, 218). Bey (1996, 31) azt a célt tűzte ki, hogy megszólítsa azt az egyedül utazót, „*aki úgy döntött, hogy ellenáll a turizmusnak*”. Végül azonban ő maga is belátja, hogy „*képtelenek vagyunk tökéletesen megtisztítani magunkat és utunkat a turizmus foltjaitól, mégis úgy érezzük, hogy a fejlődés lehetősége*”. Azonban „*nem elég megvetnünk a turizmust (...), hanem fontos hozzájárulnunk a pozitív utazás elterjedéséhez, hogy produktív és kölcsönösen gazdagító kapcsolat legyen, a kultúrák közötti szinergia egy formája, amelyben az egész több mint a részek összege*” (Bey 1996, 32). Urry azzal érvel, hogy az elutasítás inkább a tömegturizmus ellen szól, mintsem a turizmus jelensége ellen. Már csak azért sem, mert a posztmodern turizmus szegmentált, rugalmas és az egyedi igényeket is igyekszik figyelembe venni (Urry 2007c).

Fontos annak is a felismerése, hogy igazából mivel is jár együtt a turizmus, mert ez hatalmas lépést jelenthet a jövőre nézve, az is igaz viszont, hogy egyre nehezebb megoldást találni a tömegturizmus által generált problémákra (Nicholson-Lord 2003).

Az 1980-as évektől a természeti és a társadalmi-kulturális környezet fenntarthatóságának problémája még inkább az érdeklődés középpontjába került, s ez szemléletváltást ösztönzött, melyet a *szelíd turizmus* (Jungk 1980) fogalmával jelöltek meg. Krippendorff (1986) – Jungk gondolatait továbbfejlesztve – megalkotta a „fenntartható turizmus” (sustainable tourism) eszméjét, amellyel a „*The Holiday Makers*” című művében találkozhatunk. (1. sz. táblázat). Hazai tanulmányban a turizmus társadalmi-kulturális hatásainak részletesebb elemzésére Rátz Tamara (1999) vállalkozott.

1. táblázat: A turizmus hatásai a természeti és a társadalmi-kulturális környezetre

	A turizmus lehetséges negatív hatásai	A turizmus lehetséges pozitív hatásai
A társadalmi-kulturális környezetre vonatkozó hatások (példák)	Deviáns társadalmi jelenségek elterjedése (alkohol, kábítószer, bűnözés stb.) Fogyasztói szokások átvétele, uniformizálódás Kultúra elüzletiesedése Előítéletesség, sztereotípiák	A helyi értékek újjáélesztése (hagyományok, népszokások továbbvitele, fenntartása stb.) Az előítéletek leküzdése Nytitottság más kultúrák értékeinek megismerésére, befogadására Helyi közösségi élet fejlesztése
A természeti környezetre vonatkozó hatások (példák)	A természeti környezet rongálása Környezetbe nem illő építkezések Zsúfolt üdülőkörzetek kialakítása Levegőszennyezések Szemetelés	Az erdők védelme (utak jelzése, személerakók, tájékoztatók kihelyezése stb.) A természeti környezet védelme, nemzeti parkok, tájvédelmi körzetek létesítése

Forrás: Lengyel (2001), Horváth (1998) és Rátz (1999) munkái alapján

A fenntarthatóság elemzésére Horn (2001) is kísérletet tett egy tanulmányában, ahol a megismerhetetlenség és az értékrendszer problémáira hívja fel a figyelmet.⁶ Mindemellett az Turisztikai Világszervezet Globális Etikai Turisztikai Kódexe (UNWTO 2007a) is megfogalmazott ajánlásokat arra vonatkozóan, hogyan válhat az egyén felelős turistává.⁷

A *szelíd turizmus* lényegét abban ragadhatjuk meg, hogy még inkább elkülöníti a környezetbarát és a környezetre ártalmas életmódot. A hagyományos turizmussal szemben ugyanis a *szelíd turizmusnál* a hangsúly, a

⁶ „A fenntartható turizmussal kapcsolatban két elméleti probléma jelentkezik. Az első a fenntarthatóság bizonytalanságával kapcsolatos. A „megismerhetetlenség” problémáról van szó: a természeti és társadalmi környezet bonyolult belső mechanizmusai folytán nem tudjuk előre jelezni a hosszabb távon főlépő hatásokat (...). A másik probléma az értékekkel függ össze. Mit és hogyan akarunk fenntartani? Melyek azok az ökoszisztémák, amelyeket turisztikai vagy bármely más szempontból főlöslegesnek ítélünk és kiirtunk? Kinek van joga ezt mérlegelni, ki képes ezt eldönteni?” (Horn 2001, 164)

⁷ A mellékletben a teljes szöveg megtalálható.

látnivalók helyett sokkal inkább a látnivaló nyújtotta élmény befogadásán és az új ismereteken van; kiemelve a tanulás örömét, a meglátogatandó területtel való előzetes foglalkozás szükségességét (Jungk 1980) Mindez természetesen függ a turista egyéniségétől, személyétől, előzetes tudásától, korábbi ismereteitől stb. Ugyancsak felhívja a figyelmet a turistától elvárt magatartásra, arra tehát, hogy mi tartható kíváncsatos viselkedésfajtnak.

Munkánk szempontjából azért fontos a *szelíd turizmus* jelensége, mert annak egyes sajátosságain (előzetes foglalkozás a meglátogatni kívánt területtel, az élményekre való nyitottság stb.) keresztül kívánjuk az ifjú korosztály egyénileg megszervezett utazásait elemezni. (2. sz. táblázat)

2. táblázat: A kemény és a szelíd turizmus összehasonlítása

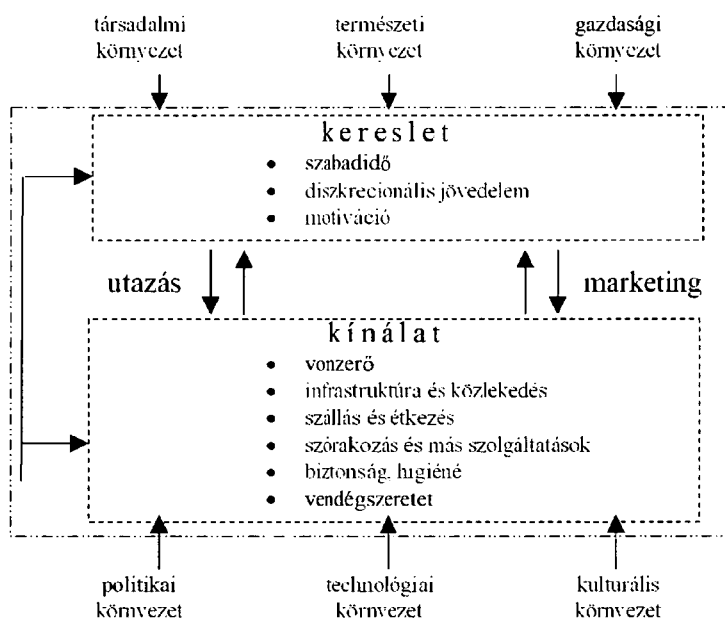
Kemény turizmus	Szelíd turizmus
Tömegturizmus	Egyéni, barátokkal, családtaggal történő utazás
Kevés idő	Elegendő idő (eredetileg sok idő)
Gyors közlekedési eszközök	Célszerű közlekedési eszközök
Fix program	Spontán döntések
Külső irányítás	Belső irányítás
Importált életstílus	Helyi sajátosságok
„Látnivalók”	Élmények
Kényelmes és passzív	Aktivitást igénylő (eredetileg fárasztó és aktív)
Idegennyelv tudása nélkül	Idegennyelv tanulása
Kevés vagy egyáltalán semmi szellemi felkészülés, rákészülés	Előzetes foglalkozás a meglátogatandó országgal, területtel
Szuvenírek	Emlékek, élmények, új ismeretek
Giccs, képeslap	Fotók, rajzok, festmények
Főlény érzése	Tanulás öröme
Hangos	Halk
Kíváncsiskodás	Tapintat

Forrás: Jungk (1980, 156) alapján, saját fordítás

A koherens megértés érdekében nem hagyhatjuk figyelmen kívül a turizmus rendszerének rövid bemutatását sem. A turizmus rendszere magában foglalja egyrészt a keresletet jelentő turistát (a turizmus alanyát), valamint a kínálatot és a turisztikai szolgáltatásokat (a turizmus tárgyát). A rendszer külső hatásokra változik, mert szoros kölcsönhatásban áll a társadalmi, a politikai, a gazdasági, a természeti, a kulturális és a

technológiai környezettel (Puczkó és Rátz 2002a, 17). Lengyel (2001) olvasatában a turizmus egy nyílt – a környezetével kapcsolatban álló –, összetett és változatos, dinamikus és interdependens rendszert alkot (1. sz. ábra). Jól mutatják mindezt a közelmúlt azon eseményei is, amelyek az utazások számának csökkenését (például gazdasági válság, terrortámadás, H1N1 vírus terjedése stb.), vagy éppen növekedését (például internet terjedése; fapados járatok, üdülési csekknek népszerűsége stb.) váltották ki.

1. ábra: A turizmus rendszere és környezete



Forrás: Lengyel (2001, 47)

Amennyiben a turizmus alanyi (kereslet) és a tárgyi (kínálat) oldalának kapcsolatát vizsgáljuk, a turisztikai vonzerőket úgy is tekinthetjük, hogy azok annak érdekében működnek, hogy „szabályos, értelmes és megtérülő turisztikai érdeklődést generáljanak és tartsanak fenn” (Urry 2007a, 8). Az Európai Utazási Bizottság tanulmánya (ETC 2009) arra hívja fel figyelmünket, hogy amíg a múltban a kínálat⁸ formálta a keresletet, addig

⁸ A vizsgálat nem terjed ki a turizmus kínálati rendszerének összefüggő elemzésére, azaz az egyes kínálati elemeknek a vizsgálatára (például a falusi turizmus, a kulturális turizmus, vagy a tengerparti turizmus stb. vizsgálatára), mert ezekkel számos turizmuselmélettel kapcsolatos szakirodalom foglalkozik. Magyar nyelven olvasható például Lengyel (2001), Puczkó és Rátz (2000, 2002a, 2002b), Tasnádi (2002) stb. munkája. Ennek megfelelően – az ifúság turizmusához kapcsolódva is – a hangsúlyt munkánk során elsősorban a turizmus alanyi oldalára helyezzük, és nem a kínálati, tárgyi oldalnak a bemutatására.

ma már ennek ellenkezője igaz. A piac egyre inkább telítődik, és a turizmus kínálati oldalát az egyre öntudatosabb, egyre több szabad rendelkezésű jövedelem és szabadidő birtokában lévők határozzák meg. Változatosabb fogyasztói magatartás kezd jellemzővé válni: „*most egyszerű nyaralás, a következő luxusút – idén messzire, jövőre valahová a közelbe*”, illetve új igényekkel találkozhatunk, ilyen például: különleges, speciális úti célok, kis létszámú utak, egzotikus, különleges természeti adottságokkal és kulturális értékekkel rendelkező desztinációk. A magas minőségű, mesterséges kínálati elemek (például tematikus parkok) iránti igény a trendek szerint növekedni fog, és a verseny erősödik majd az utazás, valamint a pénzköltés és időtöltés egyéb formái között; a kínálati oldalon belül pedig a desztinációk és szálláshelyek között (Mester 2003).

A kínálati oldalon lévő szolgáltatók (szálláshelyek, közlekedési vállalkozások, vendéglátó-ipari egységek stb.) közül az fog majd előnyösebb helyzethez jutni, aki intenzívebb látogatói élményeket képes létrehozni (Pine és Gilmore 1998). „*Eközben - a szolgáltatók - a hétköznapi élet különböző területein is szegmenseket kerestek és ajánlataikkal megcélolták. Választhatunk, bármiről legyen is szó: evésről, lakásról, háztartásvezetésről, szórakozásról, művelődésről, önismeretről, utazásról, egészségről, informálódásról stb.*” (Schulze 1992, 56).

Amennyiben a turizmus megjelenési formáit vizsgáljuk, annak többféle változatával és ezek elkülönítésére szolgáló tipológiával találkozhatunk (vö. Lengyel 2001, Puczkó és Rátz 2002a, Tasnádi 2002). Röviden különbséget tehetünk a szabadidős és a hivatásturizmus között (vö. Lengyel 2001), illetve a turizmusban résztvevők száma, a résztvevők életkora, a tartózkodás időtartama, a szállás, vagy a közlekedési eszköz megválasztása alapján. (3. sz. táblázat)

Jóllehet a turizmuselmélet szakirodalma a turizmust többnyire, mint gazdasági jelenséget⁹ vizsgálja, azonban a nemzetközi turizmus kutatásban

⁹ Megítélésünk szerint – egyetértve Jenkeivel (2002) – a turizmuselmélet helye a társadalomtudományok körében jelölhető ki, mert a szabadidős szükségletek lakóhelyen kívül történő kielégítésével foglalkozik (Jenkei 2002). Megjegyezzük, hogy a turizmussal foglalkozó szakemberek körében nincs egységes álláspont a turizmuselmélet diszciplinaritásával kapcsolatban (vö. Jenkei 2002, Michalkó és Rátz 2003). Jenkei (2002, 14) interdiszciplinárisnak tekinti, ami, véleménye szerint, abban is kifejeződik, hogy a turizmuselmélet más területek eredményeit is felhasználja. Michalkó és Rátz (2003, 748-752) azonban azzal érvelnek, hogy a turizmuselmélet az egyes tudományterületeken belül multidiszciplinaritást mutat, és véleményük szerint „*a turizmus és egyes tudományágak kapcsolatának kifejezésére gyakran helytelenül használják az interdiszciplináris jelzőt, amely zűrzavarát is jelentet az önálló tudománnyá válás útján*”. Megítélésünk szerint is a turizmuselmélet multidiszciplináris jellege érvényesül, mert helye a társadalomtudományok körében jelölhető ki, és a turizmus alanyi oldalának magyarázó vizsgálatához elsősorban a szociológia, a pszichológia, a neveléstudomány stb. eredményei nyújtanak segítséget.

„az elmúlt évtizedekben egyre nagyobb hangsúlyt kaptak a társadalmi és a kulturális aspektusok is, és ennek a hangsúlyeltolódásnak a magyarázatát abban fedezhetjük fel, hogy a turizmus egy olyan komplex rendszer, amely szinte a világon mindenkit érint valamilyen formában, közvetve vagy közvetlenül” (Rátz 1999, 9).¹⁰

3. táblázat: Turizmusformák

Meghatározó ismérvek	A turizmus megjelenési formái
Munkaidő/szabadidő ¹¹	- Hivatásturizmus - Szabadidős turizmus
A turizmusban résztvevők száma	- Egyéni turizmus - Csoportos turizmus
A tartózkodás időtartama	- Rövid idejű turizmus: átutazó vagy tranzitturizmus - (a tartózkodási helyre való visszatérés nélkül) - Egnapos kiránduló turizmus (szállás nélkül) - Hétvégi turizmus (1-3 vendégéjszakával) - Hosszú idejű turizmus: nyaralás (négynél több vendégéjszakával) vagy gyógyturizmus (orvosi tapasztalatok szerint leginkább 3 hét)
Szállásforma	- Kereskedelmi szálláshelyek: szálloda, panzió, kemping, üdülőház, ifjúsági ház, turistaház - Magán szálláshely: falusi vendéglátás, fizetővendéglátás (Zimmer frei) - Rokonok, barátok, ismerősök háza
Igénybe vett közlekedési eszköz szerinti csoportosítás	- Közúti (személygépkocsi, menetrendszerinti járat, különjárat, motor, kerékpár) - Légi (menetrendszerinti járatok, charter járatok) - Vasúti (élményvonat, erdei vasút stb.) - Vizi (hajókirándulás, tengeri körutazás stb.)

Forrás: Fekete (2007), Lengyel (2001) munkái alapján

¹⁰ Például: Budapesti Corvinus Egyetem: Szöllös Péter (2005): A turizmus társadalmi beágyazottsága; Puczkó László (1999): Turizmus és környezet. Turizmus vagy környezet? ; Rátz Tamara (1999): A turizmus társadalmi-kulturális hatásai. (Forrás: <http://phd.lib.uni-corvinus.hu>), Debreceni Egyetem: Fülöp Ilona (2005): Kultúra és turizmus a változó világban (www.unideb.hu), Nyugat-Magyarországi Egyetem: Fekete Máttyás (2007): Hétköznapi turizmus. A turizmuselméletől a gyakorlatig. (Forrás: www.mek.oszk.hu).

¹¹ A szabadidő-turizmus a szabadidőhöz kötődik, ezzel szemben „a hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek összességét” foglalja magában. A munkánkban a turisztikai utazások alatt a szabadidőben végzett utazásokat értjük, a hivatásturizmust figyelmen kívül hagyjuk (Lengyel 2001).

1.2. A turizmus alapfeltételei a turizmus alanyának oldaláról

Először is azt a kérdést érdemes tisztáznunk, kit is tekintünk a turizmus alanyi oldalához tartozónak.

A turizmusnak két meghatározó formáját különítjük el: a szabadidős és a hivatásturizmust; utóbbi a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatásokat foglalja magában, és többnyire munkaidőben történik (vö. Lengyel 2001).¹² Természetesen az útra kelő egyén, szubjektív megítélése alapján, nem feltétlenül tartja magát turistának, ezért támpontunknak a Turisztikai Világszervezet (UNWTO 2008) megfogalmazását, Lengyel (2001) munkáját és a turizmus statisztikai besorolását (KSH 2009b) tekintjük, hogy a kérdés megítélését nemzetközileg elfogadott véleményekkel támaszthassuk alá. (4. sz. táblázat)

4. táblázat: A turizmus alanyi oldala

<p>A turizmus alanyi oldala</p> <p>(Egy napos vagy több napos)</p>	<p><i>Az egyén mindennapi környezetén és munkahelyén kívüli:</i></p> <p><i>A szabadidős turizmus:</i> szórakozás; pihenés; kulturálódás, városnézés; természetjárás; rokonok, barátok, ismerősök meglátogatása; táborozás; egészségmegőrzés; kulturális és sportrendezvény látogatás; fesztiválok, események látogatás; vallási cél; hobbi gyakorlása stb.</p> <p><i>A hivatásturizmus:</i> Konferencián, kongresszuson, üzleti úton, kiállításon stb. való részvétel; incentive utazás</p>
<p>Nem tartozik a turizmus alanyi oldalához</p>	<p><i>Nem minden utazás turizmus:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingázók, határ menti dolgozók, más településen tanulók, dolgozók - 12 hónapnál hosszabb ideig a meglátogatott helyen tartózkodni szándékozó személyek (elvándorlók) stb. - 12 hónapnál rövidebb ideig tartózkodó vendégmunkás, idénymunkás, „Au pairs” stb. - Nomádok, vándorok, menekültek stb.

Forrás: KSH (2009b) és Lengyel (2001) alapján

¹² Nem tartoznak azonban a hivatásturizmushoz azok az utazások, amelyeket azon személyek tesznek hazautazás vagy munkavégzés (tanulás) céljából, akik az otthonuktól különböző településen tanulnak vagy dolgoznak (KSH 2009b).

A fentiekből jól látszik, hogy a turizmus jelensége, az időtartam, a motiváció és a szervezettség szempontjából, meglehetősen sokféle lehet. A hangsúlyt munkánkban a „mindennapi környezeten kívülre” helyezzük, azaz a turizmus lakóhelyen belüli megközelítését nem alkalmazzuk (vö. Lengyel 2001); illetve – a téma jellege miatt – a hivatásturizmust figyelmen kívül hagyjuk.

A *motivációt, a szabadidőt és a diszkreccionális* (azaz szabad rendelkezésű) *jövedelmet* részletesebb elemzés illeti meg. Ez a három tényező szorosan összefügg egymással, és Lipp Szilvia (2004) nagyon találóan egy háromlábú szék lábaihoz hasonlította ezen elemeket, ahol ha az egyik „láb” is hiányzik, akkor ott a szék felborul. A turizmus alanyi oldalát, keresletét erőteljesen meghatározó tényezőkről van szó.

A „miért utazunk?”, a motiváció kérdése a turizmus jelenségének egyik alapkérdése. Ma már klasszikusnak mondható az a nézet, hogy a turizmus egyfajta menekülés (Szijártó 2000). A történelmi és a társadalmi tények viszont nem támasztják alá ezen elméletet, mert korábban leginkább azok a társadalmi rétegek utaztak, akiknek legkevésbé volt szükségük a menekülésre (Henning 1999). Ráadásul, Henninggel egyetértésben, megjegyezzük, hogy napjainkban, amikor emberek politikai okokból vagy egyéb kényszerből menekülnek, túlságosan erősnek hat a menekülés kifejezés. A menekülés mindig egyirányú: el/valahonnan, többnyire kényszer miatt történik. A turizmus ezzel szemben magában foglalja a visszatérést is, a turista csak egy (előre) meghatározott időre szakad ki saját környezetéből, továbbá szabad elhatározásából dönt mellette. Igaz, Zygmunt Bauman (1999), lengyel születésű brit szociológus, a turista metaforájában azt fejtegeti, hogy a turisták csak hiszik, hogy szabad elhatározásból kelnek útra. Különböző élményeket keresnek, abban a reményben, hogy kalandokra, élményekre bukkanhatnak. Azonban végig tudatában vannak annak az érzésnek, hogy bármikor visszatérhetnek. Más szerző sem ért egyet a menekülés-elmélettel, „*a turizmus nem csupán és nem elsősorban menekülést jelent, hanem esélyt a táj, a környezet elsajátításához, a kulturális érintkezéshez, sőt, maga is válhat menedékké, álomná és nyújthat – később a mindennapokban, az emlékezés formájában – védelmet és vigaszt*” (Szijártó 2000, 8).

A turizmus úgy is tekinthető mint „*a modern polgár hétköznapi egzotikuma, a turistaút vonzerejét egyértelműen a mindennapi élet monotonitásából való kilépés adja (vagy legalábbis ennek látszata)*” (Csillag 2003, 76). Kolakowski (1998, 49-51) lengyel származású filozófus a kíváncsiság szerepét hangsúlyozza, „*nem a tudásért utazunk, nem a tudásszomj, nem is a menekülhetnék hajít bennünket, hanem a kíváncsiság, a kíváncsiság pedig, úgy látszik, semmi másra*

vissza nem vezethető ösztön.”¹³ Megjegyezzük, hogy a kíváncsiság témánk szempontjából azért is különösen fontos, mert az a tanulásnak és egyben az élethosszig tartó tanulásnak is alapja.

A turizmus ugyancsak felfogható egy modern rítusnak, amelyben egyszerre van jelen az eltávolodás és az újrateremtés (Pusztai 1998). *„Az eltávolodás a mindennapi élet nehézségeitől olyan jellemzője a turizmusnak, amelyen keresztül megérthető annak rekreációs volta, „újra teremti” résztvevője erejét a munkához, a megszokottban való létbe” (...) és „célja, hogy eltávolítsa a benne résztvevőket a mindennapoktól, a munkától. Szerkezete nagyjából azonos minden rituális cselekedet szerkezetével: kezdete egy elkülönítő szakasz (elutazás), közepe a változás, az ismeretlen, az új megtapasztalása, vége a visszatérés a mindennapokba”* (Pusztai 1998, 13).

Amennyiben az idő szerepét vizsgáljuk a turizmusban, megkülönböztethetjük a megszokott, mindennapjainkban jelen lévő hétköznapi időtől a „turistaidőt”. Az egyén másképpen éli meg azt az időt, amikor elutazik valahová, mert a hétköznapi időt percekben, órákban, napokban és hetekben éljük meg, és ezek ritmusa meghatározó a napi időbeosztásunkra nézve. A turista viszont – legalábbis elvben – mentes az ilyen időbeosztásoktól, ezért másképpen éli meg: a benyomások, élmények és kalandok idejeként. Ezt az időt egy másfajta menetrend szabályozza (Cohen 2003a, 17-24). Természetesen különbséget kell tennünk aszerint, hogy szervezett, csoportos vagy egyéni utazáson veszünk-e részt, hiszen a szervezett, csoportos utazás során nem feltétlenül az egyén osztja be az idejét, hanem az előzetesen megszervezett program.

Az utazás motivációjának előzményét más szerző a vallási meggyőződésből fakadó zarándoklatokban látja (Fejős 2000). Bey (1996, 31) szerint azonban a turizmus „valódi gyökere” nem a zarándoklat, hanem a háború, *„vagy másképp szólva: az első „turisták” közvetlenül a háború nyomában érkeztek.”* Ma ezt a jelenséget „katasztrófa-turizmus” névvel illetik, azonban – szerencsére – nem az az általános, hogy az egyének emiatt kelnének útra.

A turizmus játék szerepét hangsúlyozva, azt egyfajta kárpótlásnak tekinthetjük a való élet hiányaiért. *„A polgár igazán csak idegenben érezheti magát felszabadultnak. Hivatásbeli, családi, társadalmi megkötöttségei házájában megváltozhatatlanul megszabják helyzetét”* (Gyömrei é.n., 133). Kiegészítjük

¹³ „Nem azért vagyunk kíváncsiak, mert az ismeretlen dolgok valamiféle kielégülést vagy megelőzendő veszélyt sejtetnek, hanem egyszerűen csak kíváncsiak vagyunk. Az emberek kíváncsiságból különféle akciókra és tettekre vállalkoznak. (...) Még ma is, ha kíváncsiságunktól hajítva egy ismeretlen országba vagy városba érkezünk, elmondhatjuk, hogy felfedezzük magunknak. Igaz ugyan, hogy az emberek nemegyszer érzelmes utazásokat tesznek olyan helyekre, amelyeket jól ismernek, de ahol már rég nem jártak, gyerekekoruk vagy ifjúságuk tájaira” (Kolakowski 1998, 49-51).

Gyömrei meglátását azzal, hogy napjainkban már nem arról van szó, hogy csak a külföldre történő utazás során érvényesülhet ez a megközelítés, sokkal inkább értelmezhető úgy, mint a „lakóhelytől távol”.

A turizmus szociális terápiajának is tekinthető, egy biztonsági szelepnak, az egyén energiával akar feltöltődni, pihenésre vágyik, és egy kis boldogságot szeretne szerezni¹⁴ (Krippendorf 2003). Krippendorf gondolatát Günther (1996, 95) azonban cáfolja, mert szerinte „a turizmus során – meghatározott, de növekvő számú társadalmi csoportok esetében – egyre kevésbé beszélhetünk arról, hogy ennek a szférának fő feladata a mindennapi életünkben felgyülemlett feszültségek kompenzálása és kiegyenlítése volna, hanem azon területek egyikévé lépett elő, ahol értelmesen felvethetők az élet minőségére, értelmére vonatkozó kérdések, koncepciók”.

Az utazás a státuszszimbólumok oldaláról is megragadható, miszerint az utazás a státusz egyik jelzője. A modern társalgás egyik biztos eleme, hogy megjelenik benne a kérdés: „merre voltatok a nyáron?” (Urry 2007a). Hasonlóképpen vélekedik Braun (1993) is, aki szintén a presztízs szerepét hangsúlyozza. Braun a turisták motivációjának elemzéséhez feltehetően Herzberg (1974) kéttényező elméletét vette alapul, mely elgondolás szerint kétféle szükséglet különböztethető meg: egyik az önmegvalósítás szükségletéhez áll közel, a másik pedig egy elkerülő, menekülő szükséglet. Braun a turistákat hasonlóképpen vizsgálta, és őket statikus és dinamikus csoportokra osztotta. A statikus orientációjú turisták a menekülő turisták, akik a mindennapok során sérelmet szenvedett identitásukat szeretnék helyreállítani, ezért a hétköznapiakból való menekülés eszközeként választják a turizmust. A presztízs szimbólumok számukra fontos szerepet töltenek be, és a nyaralás alatt elsősorban másokban akarnak jó benyomást kelteni, tehát kívülről irányítottak, a külvilágnak szeretnének megfelelni. A dinamikus orientáció állapotában, az önmegvalósításra törekvő turistánál ellenben optimális harmónia áll fenn a környezettel. Az egyén rendelkezik a környezet, illetve az élmények feldolgozásához szükséges képességekkel, mindemellett a belülről jövő szükségleteit szeretné kielégíteni: itt nem a külvilág, a külsőség a fontos. Ez esetben az önmegvalósítás iránti igény motivációjával számolhatunk.

Az említett motivációs megközelítéseken túl a turizmuselmélet szakirodalma (vö. Lengyel 2001, Rátz 1999, Tasnádi 2002) az utazási motivációkat legtöbbször a Maslow-féle szükséglet-hierarchia elmélettel hozza összefüggésbe. Maslow elmélete szerint a szükségleteknek létezik egy hierarchiája. Elgondolása szerint az alsóbb szinten lévő szükségleteket

¹⁴ A témáról bővebben: Michalkó Gábor: Boldogító utazás. A turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 2010. 119 p.

legalább részben ki kell elégíteni ahhoz, hogy a felette lévő szintek szükségletei meghatározóvá válhassanak. Ezzel a megközelítéssel valójában az a probléma, hogy az egyént egyszerre több szükséglet is motiválhatja, vagy úgy motiválja egy magasabb szintű szükséglet, hogy az alatta levő szükségletek nincsenek teljesen kielégítve. Hasonlóképp: egy utazás során sem minden szükséglet szint kerül kielégítésre, és az utazni vágyó személynél egyidejűleg több szükséglet is felmerülhet, ezért a szükségleti szintek, valamint a melléjük rendelt motivációs tényezők, és az általuk kiváltott turizmusfajták nem választhatók szét kategorikusan egymástól (Fülöp 2000). A táblázatban az egyes szükségleti szintekhez a szemléltetés kedvéért – a teljesség igénye nélkül – egy-egy turizmusfajta-t rendeltünk. (5. sz. táblázat)

5. táblázat: A Maslow-féle szükségletpiramis az utazási motivációk tükrében

Maslow-féle szükséglet	Utazási motívum	Referenciák a turisztikai szakirodalomból
Esztétikai	Szellemi bekapcsolódás	A szépség értékelése Környezet Hit Például: vallási turizmus
Tudni és megérteni	Ismeretszerzés	Kulturális érdeklődés új témák iránt Szellemi bekapcsolódás Például: kulturális turizmus
Önmegvalósítás	Legyünk tisztában igazi természetünkkel	Önfelfedezés és értékelés Belső vágyak kielégítése Például: hobbiturizmus
Megbecsülés	Státus elérése	Saját teljesítmények megbecsülése Fontosságunk elismertetése másokkal Tekintély Társadalmi elismertség Önfitogtatás Személyes fejlődés Státus és tekintély Például: hivatásturizmus
Valahová tartozás (társadalmi tőke)	Szeretet	Családi együttlét Rokoni kapcsolatok ápolása Társaság A társadalmi kapcsolatok ápolása Gyökerek keresése Például: rokonlátogató utak

(folytatása a következő oldalon)

Maslow-féle szükséglet	Utazási motívum	Referenciák a turisztikai szakirodalomból
Biztonság	Biztonság	Egészség Regeneráció Prevenció Például: egészségturizmus
Fiziológiai	Kikapcsolódás	Menekülés Kikapcsolódás Feszültség levezetése Napfény keresése Például: tengerparti turizmus

Forrás: Lengyel (2001, 62), módosított¹⁵

A Maslow által alkotott piramismodell – melynek alján a fiziológiai szükségletek állnak – ugyanakkor azt is sugallja, hogy a társadalom szélesebb rétege csupán az alapszükségletek kielégítésére koncentrál. A piramis alján az üdülturizmus (alapvetően a fiziológiai szükségletek kielégítésére épül – víz, tengerpart, napfény) található, és minél magasabb szintű szükségletekkel találkozunk – feltételezve az általános műveltségi szint növekedését – annál inkább nő az igény a szociokulturális, az egzisztenciális motivációk kielégítésére, egészen az önmegvalósítás szükségletéig, amely a piramis csúcsán helyezkedik el (Lengyel 2001). Hasonló tendenciával találkozhatunk Durkó (1984) önmegvalósításra, önnevelésre irányuló kutatásaiban, ahol a tudatos, belső önalakításra való igénynél mind az életkor (26-40 év), mind az iskolai végzettség (magas iskolázottság) determináló funkcióval bír.

A turisztikai szakirodalom további két szükséglettel egészítette ki az említett piramist, amelyek a piramis egyre szűkebbé váló csúcsán találhatók meg: e két szükséglet pedig a tudás, megismerés szükséglete, illetve az esztétikai szükséglet. Főbb jellemzőik a kreativitás, a szellemi bekapcsolódás és az ismeretek elmélyítése (Lengyel 2001; Fekete 2007).

Hozzáteesszük, hogy a turista motivációját, utazási döntését számos egyéb tényező is befolyásolhatja. Például a kedvezőtlen egészségi feltételek (ez jelentheti az utazás elmaradásának az okát, de az utazás motivációját is egyben, lásd gyógyturizmus), az egyéni mentális állapot (félelem a repüléstől stb.), az egyes családi kötelezettségek (idős rokon ápolása, gyermekfelügyelet stb.), az, hogy nincs kivel elutazni és további tényezők (háziállatok elhelyezésének a nehézségei stb.) egyaránt kedvezőtlenül befolyásolják az utazási szándékot (Lengyel 2001).

¹⁵ Az eredeti táblázathoz képest rövidítettünk és magyarázattal bővítettük.

A turisták tipizálását – a teljesség igénye nélkül – a 6. sz. táblázatban foglaljuk össze, ahol az egyes kiváltó okokra is tekintettel vagyunk, a *bivatásturizmus* figyelmen kívül hagyásával. A maslow-i piramismodellhez hasonlóan az egyes turistatípusok az üdülturistától egészen a tanulni vágyókig és önmegvalósítókig tipizálhatók, illetve az egyes turistáknál egyidejűleg több szükséglet is felmerülhet, ezért szintén nem különíthetők el egyértelműen.

6. táblázat: A turisták tipizálása

Turistatípus	Kiváltott turizmusfajta	Jellemzők
hitgyakorlás, vallási kötelezettségeinek eleget tevő „turista”	vallási, zarándokturizmus	vallási, szakrális műemlékek meglátogatása, hitélethez kapcsolódó rendezvényeken való részvétel, zarándoklat, lelkigyakorlat stb.
tanulni vágyó, világot látni vágyó turista	ismeretszerző turizmus, kulturális turizmus	útikalauzok, egyéb források szerint gyűjti a látnivalókat és desztinációkat, az idegen világ új érzéseit, hangulatát gyűjti, természet, kultúra iránt érdeklődő stb.
múlt hagyományai iránt érdeklődő turista	falusi turizmus örökségturizmus	gasztronómia, népszokások, néphagyományok stb.
rendezvényturista	rendezvényturizmus, fesztiválturizmus	rendezvényeken, fesztiválokon stb. való részvétel
élményt kereső turista	élményturizmus	távolság, flört, vállalkozó kedv, változatosság, szórakozás stb.
„vissza a természetbe” turista	ökoturizmus természetturizmus	erdő, túra, kempingezés stb.
kalandkereső turista	eseményturizmus kalandturizmus katasztrófaturizmus	- csak korlátozottan kalandvágyó - igazi kalandokra vágyó, akár a testi épségét és az életét is kockára tévő turista (túlélőtűrák, extrém sportok résztvevői) - katasztrófaturisták (árvizek és más természeti katasztrófáknál kíváncsiskodók, fényképezgetők)
barátokat, ismerősöket látogató turista	rokonlátogató-baráti turizmus	kapcsolatok ápolása közösségi élmények, közösséghez való tartozás stb.

(folytatása a következő oldalon)

Turista típus	Kiváltott turizmusfajta	Jellemzők
egészségturista	gyógyulni vágyó: gyógyturizmus	gyógyüdülés, gyógykúra stb.
	feltöltődésre vágyó: wellness-turizmus	megújulás, testi-lelki regenerálódás stb.
pihenő, üdülő turista	üdülőturizmus	Nap, homok, tenger, menekülés a napi stressztől, nyugalmas, kényelmes szabadság, nem túl sok idegenszerűség, nem túl sok nyaralási mozgalmasság stb.

Forrás: Fekete (2007, 31) alapján, bővített

Meglátásunk szerint is, még mindig kevés magyar nyelvű tanulmány tűzte ki céljául, hogy a turisták vagy a potenciális turisták motivációit, utazási döntéseit és a turizmus során végzett tevékenységeit társadalomtudományi megközelítésből vizsgálja, illetve azokat a megszerzett turistaélményeken keresztül elemezze (vö. Horváth 1999), igaz egyre több ilyen jellegű munkával találkozhatunk. „*A létszám a legegyszerűbb kategória, amivel a turistákat jellemezni lehet, ezért sok kutatásban ez az egyetlen alkalmazott jellemző a turistákat illetően*” (Rátz 1999, 33).¹⁶ A hazai – és a nemzetközi gyakorlatban is – többnyire a turizmus mérésére a szálláshelyi statisztikákat, illetve az országok közötti turistaforgalom nagyságának és összetételének mérésére a határstatisztikát¹⁷ használják (GKI 1999). Öröndetes, hogy egyre jelentősebb számban találunk olyan munkákat, amelyek a turisták döntésének, motivációinak vizsgálatát tűzik ki célul.

A második „láb”, a szabadidő kérdése azért különösen fontos, mert annak eltöltése részét képezi az életmódunknak, mégpedig az utazási szokásokhoz kapcsolódó részét. A szabadidős turizmus elválaszthatatlan a szabadidőtől, hiszen a hivatásturizmussal ellentétben az utazás az egyén szabad idejében valósul meg (vö. Lengyel 2001). A turizmusnak pedig a szabadidőben számos konkurense van, hiszen a piacgazdaság, a fogyasztói társadalom együtt jár azzal, hogy mindinkább megjelenik a választás

¹⁶Az elemzések szempontjából pedig Magyarországon a Magyar Turizmus Zrt., a Társadalomkutató Intézet (TÁRKI), a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) és egyéb intézetek, szervezetek (például UNWTO 2002, Mímikri 2007) tanulmányait, statisztikáit lehet főként megemlíteni.

¹⁷A KSH munkatársai a legforgalmasabb határállomásokon rendszeresen készítene interjúkat a Magyarországot elhagyó külföldi állampolgárokkal. A külföldi látogatókat megkérdezik az utazás körülményeiről: jövetelük céljáról (motivációról), tartózkodási idejükről, felkeresett úti céljaikról, az igénybe vett közlekedési eszközökről, szállásukról és költségükről. A külföldről hazatérő magyar állampolgárokkal szintén készít felmérést az egyes nagy forgalmú határállomásokon a KSH. Forrás: www.ksh.hu

szabadsága, s a szabadidős tevékenységek kínálata is egyre bővül (Kiss 2006). Azaz, az egyéni motivációk kielégítésének lehetősége megnövekszik, egyre többféle (sokoldalú, egyoldalú, sívár stb.) életmód választható.

Az európai országokban egyre jellemzőbben szabadidő-orientált társadalom alakul ki, és a szabadidős tevékenységek meghatározóbbá válnak, szimbolikus jelentőségük miatt, amely még „*ma is reprezentálja az emberi egzisztencia privilegiált, kivételes jelentőségű idejét*” (Kiss 2006, 30). Nem hagyhatjuk figyelmen kívül az otthonközpontúság jelentőségét sem, amely a turizmusra nézve igen kedvezőtlen hatású. „*A rokoni kapcsolatok és a szomszédok közötti összetartás gyengülésének következtében a szűkebb értelemben vett család egyre inkább befelé forduló lett. A szabadrendelkezésű jövedelem növekedése biztosította a lehetőséget a családok számára, hogy otthonukat fel tudják szerelni egy sor szórakoztató eszközzel, így sok család számára a legfőbb szabadidő központ az otthonuk lett*” (Gilbert 2003, 38). Az otthon-központúság mellett ellentétes tendenciaként az aktív pihenés is megjelenik, a „wellness és a fitness” tevékenységek mind nagyobb teret hódítanak, az egészséges életmód egyre tudatosul.

Az egyes szabadidős tevékenységeknek jellegzetes kombinációi is megfigyelhetők: Hunyadiék (2005) vizsgálatukban négyféle jellemző tevékenység-szerkezetet találtak. A fiatalos, társasági-modernet; a hagyományos-kulturálisat; az otthonülőset és a semmilyen kulturális tevékenységet nem végzőt.¹⁸ A négyféle típus alapján az a következtetés vonható le, hogy azok, akik aktívak, többféle tevékenység iránt is nyitottak.

Megállapítható, hogy a turizmus szemszögéből nézve elsősorban a heti és az éves szabadidőnek van turisztikai jelentősége, de ne feledkezzünk el az egynapos kirándulásokról sem. Munkánkban nem tartjuk relevánsnak és nem alkalmazzuk azon megközelítést, amely szerint már a néhány órás lakóhelyen *belül* szabadidő eltöltés is turizmusnak minősül (vö. Lengyel 2001), ezért amennyiben éves szinten vizsgálódunk, szabadnapjaink a következőképpen alakulnak: az éves fizetett szabadságot, a hétvégeket és az ünnepnapokat figyelembe véve körülbelül 130 nappal rendelkezünk.¹⁹

¹⁸ A sokoldalúan kulturálódók többféle intézmény szolgáltatásait is rendszeresen igénybe veszik. Az egyikbe a „mindenevő”, érdeklődők, minden iránt nyitott, a hagyományos és a tömegkultúra intézményeit egyaránt intenzíven látogatók tartoznak. A másik sokoldalú életmódot folytató csoport tagjai nyugodtabb életet élnek, főként a hagyományos kulturális intézményeket látogatják. A kulturálkövetítő intézményeket egyoldalúan használók jellemzően csak egy-egy intézménytípust látogatnak gyakrabban: egyik csoport a moziba járóké, a másik a művelődési házakba eljutóké. Az otthonülő, a kulturális intézményhálózatot nem használók táborába azok tartoznak, akik ha kulturálódnak is, azt főképp otthon teszik, számukra főképp a könyvek jelentik a kikapcsolódást, ezen belül zömében inkább a könnyebb, mint a komolyabb műfajok. A kulturálisan teljesen passzív csoportja szinte semmilyen kulturális tevékenységet nem folytat. Számukra a tévézés jelenti a kikapcsolódás legfőbb formáját (Hunyadi 2005).

¹⁹Fizetett szabadság kb. 20-45 nap, hétvége kb. 105 nap, ünnepnapok = 5 nap

Az utazások időtartamával és hosszával kapcsolatban megjegyezzük, hogy a nemzetközi trendek szerint az egyszeri, hosszabb utazások egyre inkább csökkennek, és a több, rövidebb egy-két-három napos utazás válik jellemzővé (Mester 2003), azaz évi szinten nem összesen egy hosszabb nyaralást tervezünk, hanem inkább több kisebbet, melyek akár egy, vagy lehetőség szerint több naposak is lehetnek. Jól mutatja ezt a hosszú hétvégék iránti kereslet, azaz a három vagy négy napos hétvégék elutazással, kirándulással történő eltöltésének az igénye.

A szabad rendelkezésű jövedelem – a harmadik szükséges „láb” – az a jövedelem, amivel az egyén szabadon gazdálkodhat, a kötelező kiadásokon túl (vö. Lengyel 2001). Scitovsky (1990) szerint a pénz arra jó, hogy a munkájáért kapott bérből valamennyi dolgozó megvásárolhassa a mások által, más ágazatokban előállított termékeknek és szolgáltatásoknak a megítélése szerinti őt illető részét, és a vásárló szükségképpen többre kell, hogy értékelje a megvásárolt árut, mint a kifizetett pénzt, különben nem venné azt meg.²⁰ Azaz a pénz nem önmagában jelent értéket, hanem értékét az határozza meg, amit belőle venni akarnak: nyugalmat, kényelmet, biztonságot stb. (Losonczy 1977). Simmel (1973, 35) „*A pénz filozófiája*” című munkájában rámutatott a pénz azon tulajdonságaira is, hogy „*a pénz pusztán mennyisége egyre gyakrabban és különböző viszonyok között minőségé lesz*”.

A pénz megszerzésének eltérő motivációi különböző életcélokat valósítanak meg (Losonczy 1977). Azoknak, akiknek a pénz megszerzése, gyűjtése a céljuk, azok az utazásra sem szívesen fordítanak, hiszen az életvitelükre az alacsony szint a jellemző. Amennyiben viszont a pénzt lehetőségnek tekintjük, akkor az különböző szintű fogyasztásokat hoz magával, amelybe az utazás is beletartozhat. (7. sz. táblázat)

7. táblázat: A pénz megszerzésének motivációi

Pénz értékének jellege	Életcél	Életvitel szintje
A pénz cél	Vegetatív, takarékoskodó, halmozó	Alacsony szint
A pénz eszköz	A dolgok fontossága, tárgycentrikus	Közepes, magas anyagi szint
A pénz lehetőség	Vásárolható örömök, fogyasztás, könnyebbség, gondtalanság	Különböző szint

Forrás: Losonczy (1977, 297), rövidített

²⁰ Legfeljebb közelíteni tudjuk oly módon, hogy megpróbáljuk kitalálni, mennyit lenne hajlandó a fogyasztó érte fizetni (Scitovsky 1990, 79).

A fogyasztási szokások azonban nincsenek minden esetben összhangban az anyagi lehetőségekkel. Losonczi Ágnes már 1977-ben találóan írta, miszerint vannak, akik megtehetnék, de mégsem „fogyasztnak”; mások maximálisan felélik és kihasználják a lehetőségeiket, és vannak olyanok is, akik külső bizonyítás (vö. Braun 1993, Costa 2003, Hankiss 2002, Kiss 2001), vagy belső élvezeti igényeik miatt a közvetlen lehetőségeiken felül élnek. „Természetesen, akiknek lehetőségei a társadalmi minimum alatt vannak, azoknak nincs „mozgási” lehetőségük. Bár még ebben az esetben is találkozhattunk a szűkös körülmények még szűkösebb kezelésével vagy kétségbeesett pazarlással” (Losonczi 1977, 297). (8. sz. táblázat).

8. táblázat: Magatartástípusok az anyagi javak kezelésében

Magatartástípusok	Típuson belüli alcsoportok
Saját jövedelmük által meghatározott szint alatt élők	Halmazó, megtakarítás érdekében alacsonyabb szinten él, mint amilyenén élhetne
	Félelemből takarékoskodó ember, a társadalmi bizonytalanság formálta ilyené
	Anyagi értékeket tagadó, tagadja az anyagi értékek fontosságát (aszkéta, remete)
	Puritán
Anyagi lehetőségek terén nincs szűkítési „parancs”	Átlaghoz igazodó, jövedelmét kihasználó, „józan” fogyasztó
	Hedonista, nem pazarló módon, de élvezettel kezelik az anyagi szükségleteik kielégítésének módját
Hullámozó fogyasztás	Anyagi lehetőségei felett elégti ki szükségleteit

Forrás: Losonczi (1977, 302-304) alapján, saját szerkesztés

Ma már nem csak a különböző fogyasztási termékekre, hanem akár különböző szolgáltatásokra is vehetünk fel hitelt, és amennyiben a turizmust élményfogyasztásként definiáljuk, úgynevezett „élményhitelről” is beszélhetünk. Megjelentek például az utazási hitelek is, egyre több utazási iroda kínál ilyen hitel-lehetőséget azok számára, akik akár presztízsfogyasztásból, akár mert nem engedhetik meg maguknak a nyaralást, „utaznak most és fizetnek később”. Kérdés, hogy mennyire lesz kelendő ez a fajta lehetőség, hiszen a nyaralás élménye elsősorban nem kézzel fogható, létrejötté után csupán az emlékekben él tovább.

1.3. A turizmus a fogyasztás és a társadalmi meghatározottság tükrében

A mai társadalom fogyasztói társadalom, amelynek a fogyasztás a mozgató és egyben a társadalomszervező ereje; vagyis nem csupán azért „fogyasztunk”, hogy szükségleteinket kielégítsük, hanem mert a fogyasztás „erősíti a státuszt, demonstratív jellege van, és identitást konstruál” (Hetesi 2004, 267-268). Veblen (1975) *„A dologtalan osztály elmélete”* című könyvében szintén a fogyasztás szerepét hangsúlyozza, azaz a tehetőséknél – őket nevezte el gondtalanoknak – az életmód és a fogyasztás kiemelt szerepet kap a különböző osztályok egymástól való megkülönböztetésében, elkülönítésében. A gazdagabbakat a „hivalkodó fogyasztás” jellemzi, jelezve, hogy ők mások, mint a dolgozó tömegek.²¹ Egy másik megközelítés szerint viszont a fogyasztás a fejlett társadalmakban inkább az osztálykülönbségek elrejtésének eszköze, és inkább a társadalmi különbségek elfedése a feladata (Szöllős 2005).

A fogyasztás a divat szemszögéből is vizsgálható, a divatra pedig az osztályok elkülönülésének termékeként is tekinthetünk. *„A divat funkciója, hogy bizonyos kört összetartsa, és egyúttal másoktól elhatárolódjon.”* (Simmel 1973, 476). A felsőbb osztályok a divatot arra használják fel, hogy ezzel is elkülönítsék magukat az alsóbbaktól. Azonban mikor a tömegtermelés révén az alsóbb osztályok is hozzáférhetnek ezekhez a termékekhez, akkorra a felsőbb osztályok újabb szimbólumok után néznek. Az új divat éppen attól válik státuszszimbólummá, hogy elérhetetlen a többiek számára (Simmel 1973, 473-508). *„Világ körüli utak, luxusautók, saját otthon, kifinomult berendezési tárgyak, drága ékszerek, előkelő éttermek – ami tegnap a felső tízezer számára volt fenntartva, az ma a társadalmi-gazdasági középosztály mércéje”* (Schulze 1992, 59).

Viszont a divat egyszerre teszi lehetővé a különbségek elfedését, azaz a divat lehetőséget ad rá, hogy az egyén olyan dolgokat megtegyen, melyet ha magányosan tenne, ellenszenvet váltana ki. Felmerül a kérdés, hogy a divat ez esetben nem azokhoz fordul-e, akiknek szükségük van „a tipikus, elfogadható és fogyasztható dolgok védelmére” (Finkelstein 2003, 72).

A modern turizmus is a fogyasztói társadalom „terméke”, és maga is egyfajta fogyasztás (Takáts 2000), illetve a divat ugyanúgy rányomja bélyegét. Az utazás láthatósága és nyilvánossága miatt, azaz „a szimbólum gazdaságba való könnyű illeszkedése miatt is igen alkalmas eszköze lett a modern

²¹ Scitovsky (1990, 189) megfogalmazásában a kultúra a dologtalan osztályok „találmánya”, amire azért van szükségük, hogy szabadidejüket jobban élvezhessék – nem csoda, hogy a társadalom dolgozó tagjai ezt gyanakvással szemlélik.

fogyasztói társadalom elvárásai teljesítésének” (Szöllös 2005, 27). Löfgren (2004, 216) abból indul ki, hogy sok pénzt és energiát fordítunk a nyaralásra, így az lassan a termelés színhelyévé intézményesül, és „*hotelágyakat, lélegzetelállító látványosságokat, közlekedési rendszereket, ingyenségeket és szuveníreket biztosít*”. Ennek a fogyasztásnak egyik legjellemzőbb tulajdonsága „*a vágyak látszólag véget nem érő, telhetetlen hajszolása*” (Bauman 1999, 3), a turisztikai szolgáltatók pedig, újabb és újabb attrakciók létrehozásával, mindent megtesznek azért, hogy ez így is maradjon.

Elmondható, hogy a társadalmi-gazdasági pozíció a turizmussal összefüggésben is meghatározó (Seaton 2003). Egyetértünk Szöllössel, aki szerint „*a társadalmi hierarchiában különböző szinteken elhelyezkedő rétegeknél a turisztikai termékek és szolgáltatások fogyasztása hasonlóan a fogyasztás más területeihez eltérő jegyeket, jellemzőket mutat*” (Szöllös 2005, 25), ami az életmódban is jelentkezik. Mivel számos okból kelhetünk útra (vö. a turista tipológiával), ezért homogén utazóközönségről sem beszélhetünk, a különböző társadalmi rétegeknél eltér az utazások gyakorisága, az utazás szervezettségének a formája. Más-más célból kelnek útra, más motiválja őket, és más tevékenységeket végeznek útjaik során (Bourdieu 1978).

Jóllehet, napjainkban a turizmus szabadon hozzáférhető tömegjelenség, ennek ellenére „fogyasztása” társadalmi osztályok szerint közvetlenül változik, s a hozzáférési lehetőségek is eltérőek (Simmel 1973), vagyis a fogyasztási esélyegyenlőtlenségek továbbra is fennállnak (Seaton 2003, 63). Fussell (1987, 116) az „*Osztálylétrán Amerikában*” című művében szintén kiemeli, hogy „*a turizmus minden osztályból szedi áldozatait, azonban a proletárok közül a legkevesebbet – nem azért, mintha a prolinak nem futná rá, hanem inkább, mert tart a várható új tapasztalatoktól. Ők az előre láthatót szeretik, nem a váratlant. Szabad idejükben korábbi tapasztalataik megerősítését keresik, nem pedig az újakra bukkánást, fejtörést. Ha azonban egy utazásba mégis bele bocsátkoznának, évekig meséli (...). A turistaosztály mindeneke előtt a középosztály (...). A turizmus, azért való a középosztálynak, mert egy időre megveheti a felsőbbrendűség élményét. A felsőosztály egyéni utakat tesz, nem csatlakozik csoporthoz.*”

A középosztálybeliek számára a turizmus megjelenhet presztízsszerzési lehetőségként is: ők „*az egyedülálló, egzotikus, szokatlan úti célok és élmények gyűjtése révén*” kívánnak társadalmi elismertséghez jutni, vagyis az alapján szeretnének elérni társadalmi státuszt, ahogyan mások őket megítélik, kívülről látják (Costa 2003, 117) (vö. Braun 1993) (vö. Losonczi 1977). Bourdieu (1978, 144-145) ezzel nem ért egyet, és int bennünket attól, hogy a fogyasztási modellek „*minden változását a kérkedő vetélkedés logikájának tudjuk be, és hogy a presztízsszerzésre való törekvést tekintsük a szükségletek dinamikája egyetlen mozgatóerejének*”.

Kiss (2001) turisztikai fogyasztói típusainál szintén szerepet kap a presztízs fogyasztás: a kapzsi fogyasztó korábban kirekesztődött a turizmusból, ezért mindent be akar pótolni, a hivalkodó fogyasztó pedig az utazás szimbólumgazdagságba való beilleszkedést használja ki. „Minél nehezebben elérhető egy utazás, annál inkább nagyobb a társadalmi és a pszichológiai kényszer, nyomás a hová utazunk fitogtatására. A mindenkori divat szerint formálódik az utazás típusa, iránya, illetve ideje” (Kiss 2001, 12).

Az „élménytársadalomban” a fogyasztás már magában foglalja a társas jelentésalkotás és az önmegjelenítés folyamatát is. Schulze (1992) szerint a miliőspecifikus élményorientáció a személyes stílus, az életkor és az iskolai végzettség/műveltség mentén csoportosítható, és a miliőszegmentálódásban nagy jelentőséget tulajdonít az életkornak. A 40 éves kort tekinti választóvonalnak, amely „fiatalabb” és „idősebb” miliőkre osztja a társadalmat. A *nívós miliőt* nagyjából a negyven évesnél idősebb, magas képzettségű emberek alkotják. Számukra a hierarchia nagyon fontos. A *harmonikus miliő* a 40 évesnél idősebb, alacsony képzettségű embereket foglalja magában, akik a világot ijesztőnek látják, ezért védekezégre törekednek. Az *integrációs miliő* a nívós és a harmonikus miliő között található: 40 évesnél idősebbek, középszintű végzettséggel rendelkeznek. Az integrációs miliő tagjai főként a konformitásra törekszenek. Az *önmegvalósító miliő* már a fiatalabbak miliői közé tartozik: körülbelül 40 évesnél fiatalabb, iskolázottabb egyének alkotják. Tapasztalatokat gyűjtenek, és tapasztalataik alapján keresik a helyüket a világban. A *szórakozó miliő*hez pedig a nagyjából 40 évesnél fiatalabb, alacsonyabb végzettségű egyének tartoznak. Ezt a csoportot az élménykeresés jellemzi. Erős ingereket keresnek, azért, hogy élményekhez juthassanak, mert igénylik ezen stimulusokat.

Nincsenek szigorú határvonalak az egyes miliők között, maga Schulze is az „életlenség” szót használja, így a nagycsoportokat elválasztó korhatár csak körülbelül: a 40. életév helyett 35-től 45. életévig terjedő életkorról beszélni.

A magyar társadalom Schulzéhoz hasonló, nagycsoport-elemzéséről Hankissnál (2002) olvashatunk. Hankiss 10 csoportot különített el, melyek jellemzésekor a nyaralási szokásokra is kitér. A presztízs fogyasztástól kezdve a „nincs pénz illetve igény a nyaralásra” csoportig bezárólag mindenkit megpróbál besorolni valahová.²²

²²A vadászok: „Nem tudom, hova menjünk, már mindenhol voltunk.” A vállalkozó polgárok és menedzserek: „Télen a Seychelle-szigetekre vagy St. Moritz, nyáron grönlandi gleccserek vagy Hawaii. Globális polgárok: „Títok”. A politikusok: „Kormányidőutakban, vagy családdal bárhol.” Jet-set: „Hőléghallonon az Antarktiszt felett”. Értelmiség 1: „A menők a vitorlázón, alpesi hegyi túrán, a szegényebb sorsúak csónakon a

A hazai szociológusok munkái közül kiemeljük még a fogyasztás szociológiával (is) foglalkozó Utasi Ágnesét. A nyolcvanas évektől kezdődően Utasi (1984) empirikus életstílus-vizsgálatokat készített Magyarországon, s kilenc dimenzióban folytatott kutatásainak összegzéseként tíz életstílus-csoportot alakított ki, ahol az egyes életstílus csoportok karakterisztikus fogyasztási és társadalmi jellemzőit mutatta be, elemezve az üdülési szokásokat is, azaz a turizmus iránti igényt is az egyes csoportoknál, valamint azok megjelenési módjait.

Érdemes megvizsgálni a magyar háztartások társadalmi státuszának és a turizmusban való részvételének összefüggéseit is, amelyhez Polgár – Sulyok – Kiss (2006) tanulmányát vesszük alapul. Előzményként érdemes megállni Európa turizmusának fejlődésében a kelet-közép-európai fejlődés útjánál. Az 1980-as évek végéig a szocialista országokban élők külföldre nem ilyen egyszerűen jutottak el, mint napjainkban, amelyet még a valuta korlátozása is nehezített. A megszorítások időközben fokozatosan feloldódtak, ám a valuta a még kilencvenes évek közepén sem volt korlátlan mennyiségben hozzáférhető. A rendszerváltás után a turizmus jelensége és hozzáférhetősége megváltozott, mert a különböző utazási korlátozások feloldása a be- és a kiutazó turizmusra egyaránt ösztönzőleg hatott. A nyugati országokba való utazás lehetősége a kiutazó turizmust ösztönözte, így az 1990-es évek elején a külföldi utazások igen népszerűvé váltak. 1994 után a kiutazások száma csökkent, 1999-et követően azonban ismét növekedésnek indult. A 2001. szeptember 11-i események viszont abba az irányba hatottak, hogy sok turista külföld helyett belföldi célterületet választott. A 2004-es Európai Unióhoz való csatlakozással Magyarországon is megszűntek a határok az uniós országok felé, amely a kiutazást tovább könnyítette. Ez szintén hozzájárult a turizmus további fejlődéséhez, illetve kedvezőleg hatott például a határhoz közeli városok turizmusára is.

A személyi jövedelemadóról szóló 1995. évi CXVII. törvény az adómentes természetbeni juttatások között határozta meg a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány (MNÜA) által kibocsátott, névre szóló üdülési csekket.²³ Az üdülési csekk-rendszer bevezetésével, melynek nem titkolt

Velencei-tavon vagy sátorban a Bükkben. Értelmiség 2: „Hátizsákkal a kék jelzésen vagy vízparti kempingben”. Kis és középpolgárság: „Gyerekek a nagymamánál, a férfiak a pecatonál, az asszonyok a nagytakarító porszívó és a lekvárfőző kondér mellett.” Leszakadtak: „Rossz vicc.” Nyugdíjasok: „Ottthon, a gangon vagy a kiskertben.”

²³Az üdülési csekket a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány tulajdonában lévő Nemzeti Üdülési Szolgálat értékesíti, amely a Szolgálattal szerződést kötött szálláshelyeken, utazási irodáknál, közlekedési vállalatoknál és egyéb szolgáltatóknál készpénzt helyettesítő fizetőeszközként használható fel. Az üdülési csekk évek óta jelentős mértékben érinti a belföldi turisztikai keresletet. A csekket 2009-ben már 13 különböző szolgáltatás igénybevétele esetén lehetett felhasználni, melyek

célja a belföldi turizmus fellendítése, az anyagilag kedvezőtlenebb helyzetben lévők is arra lehetőséget kaptak, hogy élhessenek a pihenéshez való jogukkal (vö. Turisztikai Világszervezet Manilai Nyilatkozata; UNWTO 2007b). Az 1998. évi 98 ezerrel 2004-re 292 ezerre nőtt azok száma, akik üdülési csekkkel támogatott utazáson vettek részt. Kérdés, hogy az üdülési csekknek tervezett megadóztatása hogyan hat majd a belföldi turizmusra, melynek fejlődése nagyrészt a csekknek is köszönhető.

A háztartások kiadásának, fogyasztásának szintjét és a fogyasztás szerkezetét a turizmussal összefüggésben vizsgálva elmondható, hogy a szabadrendelkezésű jövedelem Magyarországon erőteljesen meghatározza az utazási szokásokat, mert „*a jövedelmi viszonyok mind az üdülések számának, mind pedig minőségének alapvető meghatározói*” (Blaskó 1999, 132).²⁴ Az anyagi lehetőségek mind az utazások számát, mind számos egyéb jellemzőjét – az úti cél távolságát, a választott szálláshely jellegét, minőségét, az éttermi étkezések gyakoriságát – meghatározzák. Az utazás, a turizmusban való részvétel lehetősége nagyon erősen összefügg azzal, hogy a társadalmi és a gazdasági körülményei alapján melyik rétegéhez tartozik az illető: ahol a háztartásfő iskolázott és valamilyen magas presztízsű munkát végez, illetve ahol az egy főre eső havi jövedelem meghaladja az átlagot, ott a nyaralásra költők aránya is magasabb. Kiemelkedő arányban utaznak a fővárosban, illetve a nagyvárosban élő családok, és azon háztartások tagjai, ahol a háztartásfő aktív dolgozó, illetve a gyerekek száma nem haladja meg a kettőt. Az átlagosnál hosszabb időt fordítanak pihenésre a diplomások, az értelmiségiek és a vezető beosztásban dolgozók, a fővárosiak és a megyeszékhelyen élők, valamint a magasabb jövedelműek. Szintén megállapítható, hogy az átlagosnál hosszabb időt tölt külföldi nyaralással a lakosság legmagasabb jövedelmű része, valamint a vezető beosztásúak és az értelmiségiek. Sokszor viszont épp a jómódúak, például a vezetők vagy a vállalkozók nem jutnak el nyaralni, mert nincs lehetőségük a munkától való hosszabb távolmaradásra (Blaskó 1999, 130-135).

Amennyiben a belföldi és a külföldi utazásokat vizsgáljuk, a magyar lakosság utazási szokásairól (M.Á.S.T. 2004a, 2004b) azt állapíthatjuk meg, hogy az átlagosnál magasabb arányban fordul elő belföldi utazás azon háztartásokban, ahol 3-4 fő él együtt, ahol az aktív keresők száma kettő, ahol gyermeket nevelnek, és legalább érettségivel rendelkeznek. Külföldi

közül a szálláshely-szolgáltatás és a tömegközlekedés játszotta a fő szerepet. 2009-ben a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány adatai alapján több mint 25 milliárd forint értékben váltottak be üdülési csekket a kereskedelmi szálláshelyeken, ami a válság ellenére is közel 20 százalékos növekedést jelentett az előző évhez képest (KSH 2010) Bővebben: www.udulesicsekk.hu

²⁴ Háztartás Monitor vizsgálat (Blaskó 1999, 130-135)

utazás pedig az átlagosnál magasabb arányban fordult elő azon háztartásokban, ahol 30 év alattiak élnek, átlag feletti jövedelemmel rendelkeznek, főként felsőfokú végzettségűek, és nagyvárosokban élnek.

Nagyobb eltérésekkel találkozhatunk a főutazások tekintetében. Az adott háztartásban az minősült főutazásnak, amit a megkérdezett az utazások közül kiválasztott, mint különlegesen fontosat. Külön vizsgálták a külföldi és a belföldi főutazás jelentőségét. Elemzésre került, jellemzően melyik társadalmi szegmensekből kerülnek ki azok, akik külföldi útjukat tekintették főutazásuknak és azok, akik belföldi útjukat. Külföldi főutazáson az átlagnál magasabb arányban vettek részt a Dél-Dunántúl és a Dél-Alföld tervezési-statisztikai régiók lakói, a felsőfokú végzettségű válaszadók, a 31-40 év közöttiek, a kétfős háztartások tagjai, és az átlag feletti jövedelemmel rendelkezők. Azok, akik a belföldi utazásukat tekintették főutazásnak (azaz nem fordult elő, vagy nem volt jelentős a külföldre történő utazás), főként az Észak-Alföld gazdasági régió lakói, kis gyermekes családok átlag alatti jövedelemmel, akik városokban, illetve községekben laknak (M.Á.S.T. 2004a, 2004b).

2008-ban a magyar lakosság egyharmada tett legalább egy alkalommal többnapos belföldi utazást, amihez kapcsolódóan 292 milliárd forintot költött el. 2008-ban a magyar lakosság több mint negyede vett részt legalább egyszer kettő-négy napig tartó utazáson. Továbbra is jelentős különbségek figyelhetők meg az országon belül, hiszen a fővárosban élőkre inkább jellemző az utazás. Az iskolai végzettség szintén jelentős hatással van az utazásra: a nyaralóval, hétvégi házzal rendelkező háztartások tagjai inkább utaztak, mint az ilyenekkel nem rendelkezők. A szabadidő turisztikai célú felhasználását elsősorban a legalább ötnapos távolléttel járó utazások jellemzik, ilyeneken a lakosság ötöde vett részt 2008-ban és ezeknél az utazásoknál a regionális különbségek lényegesen nagyobbak, mint a rövidebb, hétvégi típusú utazások esetében (KSH 2009a, 1-3).

A lakosság 2009-es külföldi, többnapos szabadidős utazásai a negyedét sem érték el a többnapos belföldi utak számának külföldön, mégis 40 százalékkal többet költöttek, mint belföldön. Az egyik fő eltérés a két utazási típus között, hogy az átlagos tartózkodási idő belföldi utazásoknál négy nap, míg külföldi utak esetében hét nap volt. A kiadások különbsége elsősorban abból adódik, hogy a lakosság a belföldi utazásai során több mint 70 százalékan térítéssel nem járó szálláshelyeket (barát, rokon által biztosított szállást vagy saját nyaralót, második otthon) vett igénybe, míg külföldi utazásoknál a nagyobb távolság következtében többet költöttek utazásra is. A lakosság 2009-ben összességében – a belföldi kirándulásokhoz kapcsolódó fogyasztás nélkül – több mint 1100 milliárd forintot fordított

belföldi és külföldi utazásai során termékek és szolgáltatások vásárlására, ami hozzávetőleg a lakossági összes fogyasztás egy százalékával egyenértékű (KSH 2010).

2010-ben a belföldi utazáson részt vevők közül a 31-50 évesek, a szakmunkás végzettségűek, az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők főként az 1-3 napos kirándulásokat részesítették előnyben, míg a 60 év felettiek, az érettségivel rendelkezők, és az átlagos jövedelemből élők a minimum 4 éjszaka tartózkodást választották. A 18-31, illetve az 51-60 év közöttiek, a felsőfokú végzettségűek, az átlag feletti jövedelemmel rendelkezők, és a budapestiek, rövidebb és hosszabb utazásokon is részt vettek (M.Á.S.T. 2011). (9. sz. táblázat)

9. táblázat: A belföldi utazáson részt vevők, 2010

Ismérvek		1-3 éjszaka (%)	4-nél több (%)	Mindkettő (%)	Összesen (%)
Nem	Férfi	50,2	51,0	41,4	48,1
	Nő	49,8	49,0	58,6	51,9
Életkor	18-24	13,7	13,0	16,6	14,2
	25-30	14,8	10,3	18,0	14,2
	31-40	22,0	15,7	12,7	17,5
	41-50	22,0	19,9	19,6	20,8
	51-60	12,9	17,1	18,2	15,6
	60 felett	14,4	24,1	15,0	17,6
Iskolai végzettség	Max. 8 általános	7,3	8,1	9,0	8,0
	Szakmunkásképző	28,9	14,4	15,4	20,7
	Érettségi	38,2	43,0	36,4	39,2
	Felsőfokú	25,7	34,5	39,2	32,1
Jövedelmi helyzet	Átlag alatti	18,9	9,0	10,2	13,5
	Átlagos	52,6	55,5	44,7	51,4
	Átlag feletti	28,5	35,5	45,1	35,1
Település típusa	Főváros	20,0	23,3	29,4	23,6
	Megyeszékhely	23,1	20,5	18,8	21,1
	Egyéb város	29,5	31,0	35,0	31,4
	Község	27,5	25,2	16,8	23,9
Összesen		100	100	100	100

Forrás: M.Á.S.T. (2011, 8), rövidített

A főutazás helyszínének kiválasztását, mind a külföldi, mind a belföldi utak esetében, nagymértékben befolyásolta az, milyen természeti, illetve kulturális látnivalóval rendelkezik az adott desztináció. Belföldi utazásnál jelentős még a korábbi kedvező tapasztalat, ami szintén alátámasztja azt a megfigyelést, hogy belföldön a visszatérő látogatók aránya magas. Ezzel szemben külföldi utazásnál sokkal inkább meghatározó, hogy új legyen a helyszín, és új látnivalókat nyújtson. (10. sz. táblázat)

10. táblázat: A főutazás helyszínének kiválasztási szempontjai

Szempontok	Külföld (%)	Belföld (%)
Az úti cél természeti adottságai, látnivalói	48,9	35,8
Az úti cél kulturális adottságai, látnivalói	38,8	20,0
Rokonok, barátok, ismerősök ajánlották	36,6	28,4
Korábbi kedvező tapasztalat	28,0	38,8
Új helyszín, még nem járt ott	22,8	8,9
Vonzó programok	16,2	18,1
Divatos, népszerű hely	12,7	8,5
Internetes fórumon, blogon ajánlották	5,6	3,7

Forrás: M.Á.S.T. (2011), rövidített

A különböző felmérések alapján összességében elmondható, hogy az utazás valószínűsége a településmérettel nő, és mind a lakóhely, mind az iskolai végzettség meghatározza a turizmusban való részvételt. Minél jobb anyagi körülmények között élnek ugyanis egy háztartás tagjai, annál valószínűbb, hogy részt vesznek utazáson. Ugyanez mondható el az iskolai végzettségről is: minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik a megkérdezett, annál valószínűbb, hogy utazik (akár külföldre is).

1.4. A turizmus és az értékek

A fogyasztás, a fogyasztói társadalom a fontosnak tartott értékek változására is kihat, ami a „turista magatartásában” is ugyancsak jelentkezik. „*A modern világban a legalapvetőbb társadalmi gyakorlatok és kulturális értékek, elképzelések, törekvések és identitások sokkal inkább a fogyasztáshoz való viszonyon keresztül határozódnak meg*” (Slater 2005, 198), ezért a turizmus során is érdemes ezeket vizsgálni.

Hankiss (1998, 26-29) a „*Proletár reneszánsz*” című művében hangsúlyozza, hogy az emberi világ nagy változásokon ment keresztül, és kiemeli a fogyasztás szerepét az értékrendszer megváltozásában. „*A hagyományos kultúrában a megélhetés kényszere és állandó erőfeszítése töltötte ki az*

életet, szinte semmi másra nem hagyott időt és energiát, döntő mértékben meghatározva az ember életét, életmódját, magatartását, vágyait, világlátását”. Ezzel szemben ma a fogyasztáson, a szórakozáson, az élvezeteken, és a „Valósítsd meg önmagad” programon van a hangsúly, amely természetesen a turizmusban való részvétel során is megjelenik, az „élménytársadalomban” (vö. Schulze 1992). (11. sz. táblázat).

11. táblázat: Célok, értékek, magatartásformák

Hagyományos	Új
Megélhetés	Önmegvalósítás
Szeresd felebarátodat!	Szeresd önmagadat!
Az élet célja: üdvözülés	Az élet kiteljesítése
Munka	Szabad idő, szórakozás
Aszkézis	Hedonizmus
Szegénység	Gazdagság
Az emberi szenvedés és halál elfogadása	Elutasítása, tiltakozás ellene
Önmegtartóztatás	A vágyak azonnali kielégítése
Örökkévalóság	Mulandóság
Az erkölcsi értékek nyilvánvalóak	Az erkölcsi értékek kérdésesek
A hagyomány az igazi érték	Az újdonság az igazi érték
Fogadd el azt a helyet és sorsot, amely kiszabott neked	Lázadj! Hódítsd meg a világot! Versenyezz! Győzz!

Forrás: Hankiss (1998, 27), rövidített

Jóllehet, a fogyasztás és az önmegvalósítás közötti kapcsolat tartalma ambivalens, hiszen az egyre nagyobb fogyasztási kínálat és választék arra ösztönöz, hogy mindig újabbat akarjunk, az újabb és újabb ingereken keresztül önmagukat is keresni próbáljuk. Ami azért lesz lehetetlen, mert mindent azonnal akarunk (vö. Hankiss 1998). „Széttörik a legjobb házasságokat, és gyors egymásutánban egyre újabb kapcsolatokba bocsátkoznak bele. Átképzik magukat. Fogóznak. Kocognak. Egyik terápia csoporttól a másikig támolyognak” (Beck 2003, 23). A dolgok éjjel-nappal hozzáférhetővé válása magával hozta azt az érzést is, hogy lemaradhatunk valamiről (Kreitzman 2003).

Az uniformizálódásról szóló tézis (McDisneyzáció, McDonaldizáció stb.) viszont részben ennek az ellenkezőjét állítja (Liska és Ritzer 2007, 1-6). A kockázatok helyett a világ egyre kiszámíthatóbbnak tűnik, amely a turizmus jelenségére is hatással van. Ezen elmélet szerint az emberek egyre inkább a megszokott dolgaikat, tevékenységeiket keresik az utazás helyszínén is, hiszen az egységesített életvilághoz szokott többség tökéletesen tervezhető nyaralásra vágyik, nem túl sok meglepetéssel, és

lehetőség szerint a hétköznapi életviteltől nem túlságosan eltérve. Mindemellett azonban – a felgyorsult világnak köszönhetően (vö. Kreitzman 2003) – intenzív nyaralásra is vágyunk, a pénzükért a lehető legtöbb élményt szeretnék kapni. Az is elvárás, hogy előre kiszámítható legyen a nyaralás, ahol pontosan tudható illetve ellenőrizhető, mikor merre járnak majd, és hol mennyi időt töltenek. *„Az ellenőrzés számos formában megnyilvánulhat. Van, aki jobban szeret olyan szolgáltatókkal találkozni, akiknek a tevékenységét pontos utasítások, eljárásrendek rögzítik, mint azokkal, akik saját döntésük alapján szabadon cselekedhetnek”* (Liska és Ritzer 2007, 4).

Ebből azt is következtetik, hogy az említett jelenséggel együtt eltűnik a turizmus igazi értelme is. Hiszen ha nem az a célja a turizmusnak, az elutazásnak, hogy a hétköznapi élettel eltérővel, újjal találkozzunk, valami mást is megtapasztaljunk, mint amit otthon is elérhetünk, illetve megkaphatunk, azaz ha a nyaralóhelyek és a lakóhelyek is uniformizálttá válnak, akkor értelmét veszítheti az utazás (Liska és Ritzer 2007). Hová tűnik a kíváncsiság? – kérdezhetné Kolakowski (1998). Adódik a kérdés, hogy a turizmus egyöntetűvé tétele egyben a turizmus végét is jelenti-e (Liska és Ritzer 2007). Urry (2007c, 2-4) azonban nem ilyen borúlátó, véleménye szerint a tömegturizmus vége, de nem a turizmus megszűnése válik jellemzővé (vö. Jungk 1980), hiszen egyre inkább megjelenik az igény a testreszabott ajánlatokra.

Az értékek változása a turizmusban a már említett és elemzett kemény, illetve szelíd turizmuson keresztül is jól megvilágítható. A szelíd turistától részben a hagyományos értékekhez, magatartásformákhoz való visszatérést várják el, hiszen a szelíd turista magatartását a kemény turistával szemben a tapintatosság, a belső irányítás jellemzi, és elítéli a turista fölény érzését. A kemény turizmusra főként a materialista értékek jellemzőek (például „a turista hatalom”, „pénzért bármit megvehetünk”), a kíváncsnak tartott szelíd turizmusnál pedig már a posztmaterialista (hangsúly az emberi kapcsolatokon, a spontaneitáson és az egyén önerején) és a kollektív értékek (környezetünknek a megóvása, védelme stb.) irányába láthatunk hangsúlyeltolódást (vö. Jungk 1980).



II. IFJÚSÁG – SZABADIDŐ – FOGYASZTÁS

2. Ifjúság – szabadidő – fogyasztás

Kiindulópontunk az ifjú korosztály szabadidős és fogyasztási szokásainak elemzése, mivel a turizmus is szabadidőhöz kötődik, és maga is egyfajta fogyasztás.²⁵ A fogyasztási szokásokon belül a turizmusban való részvételt emeljük ki, figyelembe véve az ifjúsági korszakváltást. Ehhez többek között kísérletet teszünk az ifjúsági turizmus előzményeinek a feltárására, és nemzetközi, illetve hazai kutatásokat vizsgálunk a fiatalok utazási szokásainak, jellemzőinek és tevékenységeinek árnyaltabb megismerése érdekében.

2.1. Az ifjúsági életszakasz főbb jellemzői és az ifjúsági korszakváltás

A gyermekkorból a felnőttkorba való átlépést a legtöbb társadalomban különböző szertartások, rituálék kísérték. Az ifjúsági korosztályt elég nehéz pontosan behatárolni, „hiszen az ifjú már nem gyerek, de még nem is felnőtt. Az ifjúkor és a felnőttkor határan az ifjú felnőttek is megtalálhatók, biológiai fogalomkörben gondolkodva ők jelentik a posztadolescenseket” (Juhász 2001, 83). Az angolszász irodalomban az ifjúság fogalma a gyermekkor és a felnőttkor közötti átmeneti időszakot jelenti, általában különbséget tesznek „adolescence” (12-18. év) és a „youth” (19-24 év) között (Mönks és Knoers 1998). A német irodalomban viszont még részletesebb megkülönböztetésekkel találkozunk. A leggyakrabban használt felosztás a prepubertás, a pubertás és az ifjúkor. Remplein (1962) még tovább ment a felosztásban, amikor a pubertás és az ifjúság közé sorolta a „fiatalkori krízis” időszakát. A többféle meghatározásból adódóan a korhatár behatárolása sem egyszerű feladat (Jancsák 2008, 19-59). Az Ifjúság2004, Ifjúság2008 országos vizsgálatban az ifjúság korosztályi kategóriáját szélesebben értelmezik: a 15-29 éveseket sorolják ide. Igaz, ezen belül belső bontást alkalmaznak, mégpedig a fiatalok személyiségfejlődésének

²⁵ Számos tanulmány született az ifjúságot érintő kérdésekről, melyek többek között a szabadidő eltöltésére és a fogyasztási szokásokra (vö. Bauer et al. 2005, Gábor 2006b, Gábor és Szemerszki 2007, Hunyadi 2005, Narancsik 2000, Rácz 1995, Szapu 2004, Szentannai 1999 stb.) irányulnak, azonban a szabadidő eltöltésén és a fogyasztási szokásokon belül a turizmus területe kevésbé vizsgált. Az elemzések közül kiemeljük az Ifjúság2000 (Szabó – Bauer – Laki 2002), Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005) és Ifjúság2008 (Szabó és Bauer 2009) kutatásokat, amelyeket a legátfogóbb ifjúságkutatásként tarthatunk nyilván. Külön figyelemre méltó, hogy az Ifjúság2004, Ifjúság2008 kutatás már az utazás kérdésével is foglalkozik. Fontosnak tartjuk megemlíteni, hogy közigazgatási régióként (Jancsák et al. 2005, Kollár et al. 2005) és településenként is készülnek felmérések az ifjúság helyzetéről, amelyek a helyi sajátosságokat és vonatkozásokat még inkább figyelembe veszik (vö. Bauer et al. 2005, Murányi és Szarvák 2007).

főbb állomásai alapján. Különbséget tesznek a 15-18, a 19-24 és a 25-29 évesek között. A megkülönböztetést azzal indokolják, hogy a 15-18 évesekre a képességek, készségek felmérése, a lehetséges fejlődési irányok kiválasztása a jellemző. A 19-24 évesek a keresés (párkeresés, szakmakeresés, munkakeresés) szakaszában vannak, és a 25-29 évesek pedig az életmódjuk, illetve a lehetőségeik szerint különböznek el a fiatalabb társaiktól (Bauer és Tibori 2002, 173-174).

A nyolcvanas évektől kezdődően az ifjúsággal kapcsolatos kutatások a civilizációs korszakváltást, illetve az ifjúsági korszakváltást helyezték a középpontba. Gábor Kálmán és kutatócsoportjának (2006a) alapvető megállapítása, hogy Nyugat-Európában a hatvanas évektől kezdődően ifjúsági korszakváltás következett be. Olyan jelenségekre lehetett figyelni, mint a rockzene, az úgynevezett ellenkultúra, a diákmozgalmak, és a kábítószer-fogyasztásnak a terjedése stb. (Somlai 1997). Az ifjúsági korszakváltás a növekvő individualizációnak köszönhető, és a *„fiatalok értékorientációi, cselekvési mintái, életkarrierje egyre inkább eltér a felnőttekétől. (...) A fiatalok egyre inkább elutasítják az idősebb generációk gyakorlatát, különösen akkor, ha az felfogásuk szerint szemben áll a fiatalok azon igényével, hogy nagyobb szabadságot és függetlenséget fejezhessenek ki.”* (Zinnecker 2006, 109).

Schulze a társadalmi miliőknél szintén nagy jelentőséget tulajdonít az életkornak mint determináló tényezőnek, *„a fiatalabb miliőkben új miliőjelzők váltották fel a régieket, mindenképp az életkor és a stílus”* (Schulze 2003, 190). Mead (2006) pedig generációs szakadékról beszél, s szerinte ez a szakadék abból fakad, hogy a fiatalok életének természetes velejárója lett az információ, a számítógép és a globalizáció (vö. Galáncz 2006). Mead szerint a generációs szakadék korszakát a média rohamos elterjedése teremtette meg, és a korszakváltást a kommunikációs, információs társadalom megjelenése hozta magával.²⁶

Az ifjúsági korszak értelmezésekor meg kell különböztetnünk az iparosított és a posztindusztriális ifjúsági korszakot, mialatt az iparosított társadalomra az átmeneti ifjúsági korszak a jellemző, a posztindusztriális társadalomra már az iskolai ifjúsági korszak vonatkozik (Zinnecker 2006). Az átmeneti szakaszban egy közbülső korszakról van szó, amely elsősorban a szakma megszerzésére korlátozódik, és amelyet a gyors munkába állás követ. Ekkor van jelen a családalapítás ideje is, azaz a házasságkötésnek és a gyermekvállalásnak az ideje is. A posztindusztriális társadalomban viszont

²⁶ Mead (2006, 33) az eltérő célokat a következő interjúrészlettel is szemlélteti: *„Nagy szakadék húzódik meg közöttük, ahogy én gondolkodom az életről, és ahogy szüleim gondolkodnak róla. A pénz témájáról a szüleim azt gondolják, hogy félre kell tenni, vagy olyan dolgokra költeni, amelyek fontosak. (...) Beismerem, hogy mindegyik fontos a jövőre nézve, de én a mában is élek. Ez fontos része az életemnek. Én sokat akarok utazni...”*

az ifjúkor egyre inkább kitolódik, köszönhetően a meghosszabbodott iskolában eltöltött időnek, aminek következtében későbbre tolódik a családalapítás, illetve a munkába állás is (Czeizer és Gábor 2007).

A korszakváltás, az „értékváltás” megfigyelhető volt már Magyarországon is a nyolcvanas években, azonban a rendszerváltásig érdemi fordulat nem következett be, mert „a központilag (államilag) ellenőrzött piac miatt a fogyasztásorientáció is késlekedett” (Gergely 2005, 119). A magyar ifjúsági kultúra, a nyugat-német ifjúsági kultúrához képest, körülbelül 15 évvel később került a civilizációs korszakváltás állapotába (Gábor és Molnár 2006).²⁷ Magyarországon jól látható, hogy 17 éves kor körül egyre nagyobb arányban jelentkezik az a tendencia, hogy a fiatal saját társaságával először elutazhat. (12. sz. táblázat)

12. táblázat: Az ifjúkori életkori események bekövetkezése (%)

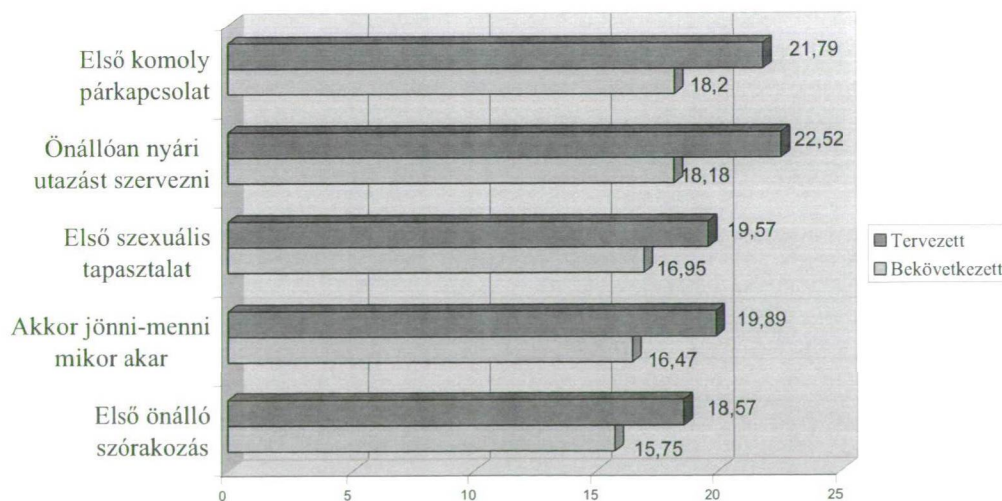
	Magyarországon			NSZK-ban		
	Idősek	Közép-korúak	Fiatalok	Idősek	Közép-korúak	Fiatalok
Születési év	1933	1948	1963	1932	1959	1962
17 éves életkor	1950	1965	1980	1949	1976	1979
22 éves életkor	1955	1970	1985	1954	1981	1984
14 éves életkorban						
Először volt szerelmes	18	31	46	-	29	-
Maga dönthetett arról, hogyan nézzen ki, öltözködjön	21	29	43	-	20	-
Szabadon járhatott-kelhetett	14	17	25	-	4	-
17 éves életkorban						
Először utazott el több napra saját társasággal	21	40	63	-	49	-
Saját jövőjét önállóan tervezte	26	30	41	-	35	-
Fiúk első szexuális tapasztalata	26	41	52	32	76	74
Lányok első szexuális tapasztalata	8	16	33	32	76	78
Munkába állt	69	53	43	48	-	23

Forrás: Gábor és Molnár (2006, 339), rövidített

²⁷ „(...)Egy közös európai fejlődési folyamatban a magyar fiatalok vizsgálata a német fiatalok múltjának, a német fiataloké pedig a magyar fiatalok jövőjének a megértéséhez járulhat hozzá.” (Gábor és Molnár 2006, 337)

Mindeközben ellentétes irányú jelenségekkel is találkozunk, mert a fiatalok egyéni, személyi önállósodása úgy helyeződik egyre korábbra, hogy az ifjúsági életszakasz egyre inkább meghosszabbodik (vö. Bauer és Szabó 2005). Az Ifjúság2004 országos vizsgálat alapján elmondható, hogy a 15-29 éves fiataloknak túlnyomó többsége, mintegy négyötöde igen fiatal korban – az átlag nem éri el a 16 éves kort – túl van már a személyi önállósodásnak egyes eseményein, ilyen például az első önálló szórakozás. Megfigyelhető az is, hogy egyre korábban jelentkezik a pubertáskor, és egyre korábbra kerül az első szexuális kapcsolat is, illetve fontos szerephez jut a szerelem, valamint a párválasztás (Juhász 2001). A megkérdezetteknek 70 százaléka már szerzett szexuális tapasztalatokat, és csaknem kétharmaduk rendelkezik „komoly” párkapcsolattal – az átlag életkor az előzőnél nem több mint 17, a később említetttnél pedig 18,2 év. (2. sz. ábra) Ugyanakkor a fiatalok önállósodása úgy megy végbe, hogy tovább élnek a szüleikkel, átlagosan 22,2 éves korban terveznek elköltözni a szülői háztól (Bauer és Szabó 2005). Jól szemlélteti a jelenség lényegét a „mama-hotel” néven elterjedt kifejezés is. Sokan akár még 30 éves korukban is szüleiknél élnek, és ez mind a házimunka, mind az anyagiak szempontjából kényelmes megoldást jelenthet. Ezek a fiatalok gyakran már önálló keresettel is rendelkeznek, mégis maradnak a családi fészekben.

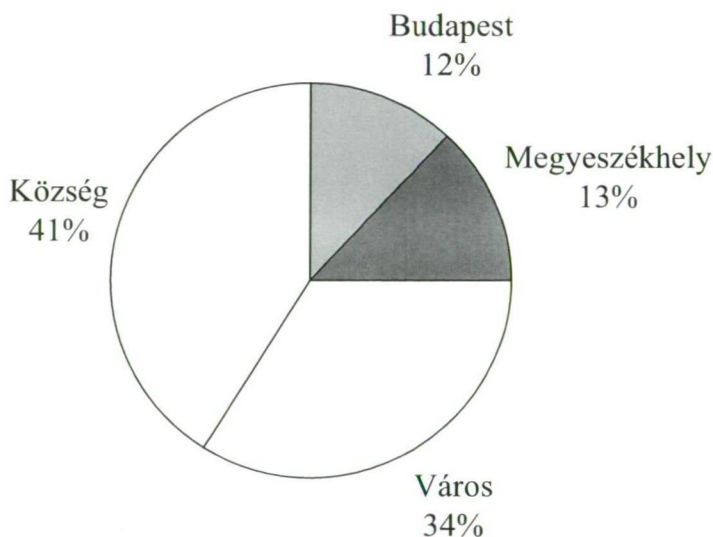
2. ábra: Az egyes életesemények bekövetkezése, átlagévekben (Ifjúság2004)



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 69)

A serdülők szociális fejlődésében az az igény is jelen van, hogy szeretnék, ha felnőttként kezelnék őket, hiszen már nem érzik magukat „gyereknek”. Ebben az életkorban a kortársak hatása, jelentősége is egyre erőteljesebbé válik. A fiatalok közösségénél különbséget kell tennünk a szervezett, közvetve vagy közvetlenül felnőttek által irányított közösségek, illetve a baráti és „haveri” kapcsolatok között. Az iskolában eltöltött idő után formális közösségi életben a tanulók mindössze 15 százaléka vesz részt, viszont egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a baráti társaságok (Narancsik 2000). Az Ifjúság2004 15-29 évesek körében mért adatai is azt mutatják, hogy minél fiatalabb korcsoportba tartoznak a kérdezettek, az életvitelükben annál meghatározóbb a barátokkal töltött idő. A baráti kört illetően az is fontos kérdés, hogy ki milyen típusú településen él, ugyanis meghatározó a település jellege, a községekben élő fiatalok között vannak a legtöbben olyanok, akiknek nincsenek barátaik. (3. sz. ábra)

3. ábra: Baráti körrel nem rendelkezők településtípus szerint (Ifjúság2004)



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 80)

Az említett számadatok után érdemes szót ejteni a napjainkra jellemző virtuális közösségekről, virtuális barátok számáról is. Jóllehet, az internetes barátok száma magasabbnak tűnik, kutatási eredmények azt mutatják, hogy a diákok a „facebookon” körülbelül 400 ismerőssel

rendelkeznek (Tóth-Mózer és Lévai 2011). Ezek a kapcsolatok azonban többnyire csak „valahonnan ismerős” státuszt jelentenek.

Az is kezd jellemzővé válni, hogy diákok lassan több időt töltenek el az internet előtt, mint barátaikkal személyesen (Ságvári 2009). Ugyanakkor az internetezés döntően a barátokkal való folyamatos kommunikációt jelenti, más, párhuzamos tevékenységek végzése közben (lájkolás, tetszésnyilvánítás, hangulatjel küldés, megosztó portálok küldözgetése stb.). Átalakult a kapcsolattartás: személyes találkozások helyett a világhálón keresztüli párbeszéd válik jellemzőbbé.

A serdülő korosztálynál azért is fontosak a kortársak, mert a fiatalok számos dolgot, mint például az öltözködés, az ízlés, a különböző szokások, magatartásminták stb. egymástól vesznek át, s nem feltétlenül azokat, amelyek a szülők elvárásával, vagy a társadalmi normákkal egyeznek. Éppen ezért ebben az életkorban különösen fontos a baráti kapcsolatok milyensége, hiszen a baráti kapcsolatok építő jellege mellett nem feledkezhetünk el a romboló (lásd például: deviáns magatartás, vö. Rácz 1995, 1996) hatásokról sem. Másrészt azért is nehéz elkülönítve mérni a kortárs csoportok hatását, mert az iskolai osztálytársak például „válogatott” kortársak (Lannert 2004).

A fiatal számára sokszor kevésbé a saját személye áll előtérben, mint az, ami másoktól megkülönbözteti (Mönks és Knoers 1998). Szekszárdi (2000, 473-498) és kutatócsoportja a fiatalok erkölcsi szocializációja szempontjából vizsgálta a korosztály kortárs csoportokkal való kapcsolatát. A vizsgálatból kiderül, hogy viszonylag kevesen vállalják egyéni véleményüket, kevesen mernek szembefordulni a többség akaratával, miközben azt nem feltétlenül tartják magukra nézve kötelezőnek.

2.2. A szabadidő eltöltése és a fogyasztási szokások

A fiatalok életében fontos szerepet tölt be a szabadidő, és a személyiségfejlődésükre a szabadidőben végzett tevékenységek jelentős hatást gyakorolnak, annak eltöltési módja ugyanis összefüggésben áll a fiatal értékrendszerével és céljaival, illetve befolyással van az életmód más elemeire is (Pikó 2005). Mivel maga a turizmus a szabadidőhöz kötődik, érdemes megvizsgálni, mivel is töltik a fiatalok az idejüket.

A 14-18 éves korosztály életmódja alapján a „mindenevők” és a „bulizást, szórakozást kedvelők” közé sorolhatók (Hunyadi 2005). (13. sz. táblázat)

13. táblázat: *Életmódcsoportok összetétele*

	„minden-evő” (%)	hagyományaiban kulturálódó (%)	mozizás-bulizós (%)	művelődési házba járó (%)	olvasós (%)	sivár (%)	14–70 éves lakosság összesen (%)
A csoportok lakosságán belüli aránya	7	7	9	14	17	43	100
Nem							
férfi	46	39	59	43	42	52	49
nő	54	61	41	57	58	48	51
Életkor							
14–18 éves	24	19	24	11	4	3	10
19–29 éves	35	13	45	23	14	18	22
30–39 éves	19	19	18	19	20	15	17
40–59 éves	21	41	13	34	47	44	38
60–70 éves	1	8	1	13	15	19	13

Forrás: Hunyadi (2005, 34), rövidített

A fiatalok kulturális fogyasztását, azon belül a múzeumlátogatási szokásokat vizsgálva Bauerék (Bauer és Tibori 2002) kutatása például arról számol be, hogy korcsoport szerint ezen a téren a 15–19 évesek a legaktívabbak. Azonban ne feledkezzünk el esetükben a kötelező iskolai látogatásokról sem, amelyek hatással lehetnek a részvételi szándéokra.

A rendszerváltást követően és az ifjúsági korszakváltás következményeként a szabadidő eltöltésének módja is megváltozott. „A helyi kulturális, sport, szórakozási helyek egyre felszámolódnak, nagy kulturális, szórakoztató- és szabadidőközpontok jönnek létre, amelynek irányítója a mindent behálózó fogyasztói és szolgáltató ipar” (Gábor 2006b, 438). Ez nagy változás, mivel a meghosszabbodott iskolai életszakasz a szabadidőt is érinti, ezáltal

közvetve a fogyasztást és az életvitelt is. A fiataloknak nem csupán a szabadideje nőtt meg, hanem új fogyasztási szokások, szabadidő eltöltési módok is megjelentek (Gábor 2006b).

A fiatalok-életmódjában a lakóhely fontos differenciáló tényező, a községekben – főként az 5000 főnél kisebbekben – élő fiatalok különösen hátrányos helyzetben vannak, hiszen számukra korlátozottak a szórakozási lehetőségek (Hunyadi 2005). Az is igaz, hogy a nagyobb városokban, ahol több a kulturális program és nagyobb a kínálat, a képzetlenebb rétegek is nagyobb arányban jutnak hozzá a kultúrához, mint ott, ahol kisebb a választék (Hunyadi 2005).

A kulturális fogyasztással összefüggésben Hunyadi (2005) munkája is megerősíti, hogy akik kulturálisan aktívak – a kulturális fogyasztásnál pedig a legerősebben befolyásoló tényezőnek az iskolai végzettség bizonyul (vö. Blaskó 2002) –, azok egyéb szabadidős és rekreációs tevékenységet is nagyobb arányban végeznek másoknál. Többen sportolnak, kirándulnak, gyakorolnak valamilyen művészeti tevékenységet, többen tanulnak nyelveket, többen interneteznek, de többen járnak „pubokba”, sörözőkbe, borozókba, kávézókba stb. is.

A mai tizen- és huszoneves korosztályok kommunikációja és kultúrafogyasztása alapvetően az interneten keresztül zajlik. A televízió népszerűségére is visszaható hatással volt, jöllehet még így is magas az előtte eltöltött órák száma. A Kósa és László (2010) kutatás azt mutatja, hogy a 13 és 17 év közötti fiatalok kilenctizede az otthonában is hozzáfér az internethez és rendelkezik mobiltelefonnal. A közösségi oldalakon a vizsgált korosztály körülbelül 90 százaléka van jelen, s regisztrált kapcsolataik száma európai szinten átlagon felüli. A diákok többsége számára a „facebookozás” például aktív tevékenység, legtöbbször naponta osztanak meg hivatkozásokat, töltenek fel fényképeket és videókat, hangulatjelentő alkalmazásokat használnak, játszanak és lájkolnak, azaz tetszést nyilvánítanak. Emellett a világhálót vásárlásra is szívesen használják.

A fiatalokról feltételezzük, hogy nyáron sok szabadidővel rendelkeznek, azonban szabadidejük megcsappan, ha részmunkaidőben dolgozni kezdenek (lásd különböző diákmunkák, nyári munkák). Érdemes lenne megvizsgálni a munkavállalás szabadidőre gyakorolt hatását, hiszen a fiataloknak így kevesebb szabadideje marad, s ez kihathat a baráti kapcsolatokra is. A hosszútávon jelentkező hatása pedig az lehet, hogy azok *„a fiatalok, akiknek nem jut gazdag és változatos szabadidős életstílus, felnőtként aligha fogják kielégítően eltölteni szabadidejüket, s valószínűleg nehezen fognak megbirkózni a gazdasági inaktivitás nehézségeivel”* (Furlong – Stadler – Azzopardi 2003, 184).

Kolosi (2000) munkájában a társadalomnak a középosztályosodását hangsúlyozza, ahol „a középosztályosodással együtt jár a fogyasztási javak elterjedése, a fogyasztói és szolgáltatói ipar hihetetlen mértékű kiterjedése” (Gábor 2006a, 438). Vagyis abba az irányba haladunk, hogy a fiatalok minél korábban nőjenek fel, és jelenjenek meg fogyasztóként. Ez nyomon követhető abban is, hogy egyre több szolgáltató őket szólítja meg: a fiatalok egyre korábban megjelenő önállósodásával, a fogyasztói iparnak és a tömegmédiának köszönhetően a család és az iskola egyre inkább elveszíti közvetlen ellenőrző szerepét (Gábor 2000).

A piac kiépülésével (vö. Schulze 2003) és a fiatalok fogyasztóvá válásával újabb „sebezhetőség” jön létre, mert sok fiatalnál meghatározóvá válnak az anyagi korlátok (Furlong – Stadler – Azzopardi 2003). A fiatalok tehát a korszakváltás veszteségeinek is tekinthetők (Gábor 2006a). Furlong – Stadler – Azzopardi (2003, 232) kiemeli, hogy „főleg a fiatalok esetében a szabadidő az autonómia, az öngazgatás és az önmegvalósítás színtere és a szabadidő kommercializációja ugyanannyi előnyt és választási lehetőséget hozott létre, mint amennyi egyenlőtlenséget és hátrányt teremtett”. A kilencvenes évek egyik legnagyobb változása a fogyasztói piac sokszínűvé válása, ami ez egyértelművé tette, hogy a gazdasági tőkével rendelkező családok jutnak kedvezőbb helyzetbe (Narancsik 2000).

Felmerült a kérdés, hogyan birkóznak meg a fiatalok a sebezhetőséggel. Az ifjú korosztállyal kapcsolatban a deviáns szabadidő eltöltés is foglalkoztatja a kutatókat (Kiss 2006), hiszen nő a fiatalok lézengéssel eltöltött ideje, azaz a „semmittevése” és a szabadidő romboló jellegű felhasználása. A semmittevés jelenségét, annak a devianciákkal való kapcsolatát mutatja be a Rácz és Hoyer „Jereván-lakótelep” vizsgálata is (Rácz 1996).

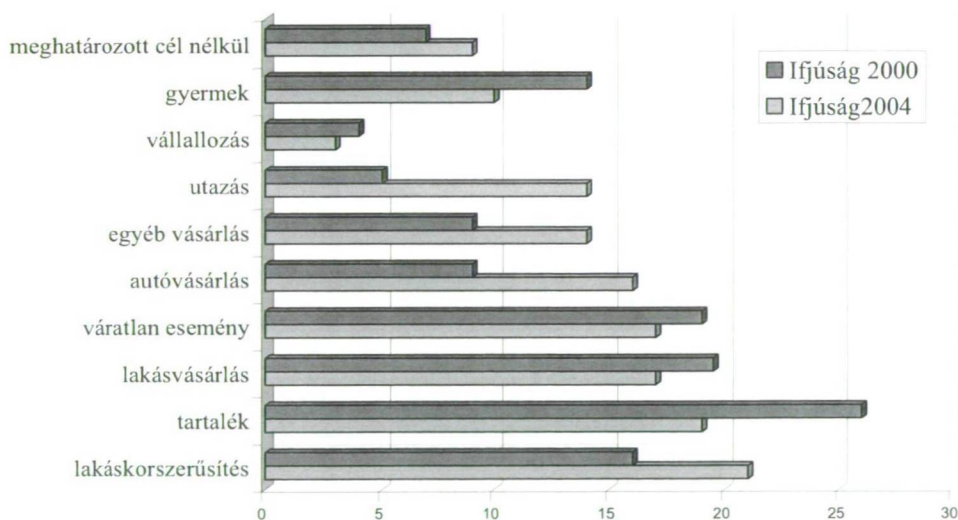
A szabadidős tevékenységek szintén szoros kapcsolatban állnak az ifjúsági csoportkulturákkal, az ifjúság zenei ízlése például kiemelt „rétegeképző ismérv” (Szapu 2004). A fiatalok fogyasztása a közöttük lévő kommunikáció alapjának is tekinthető, ami által kiválthatják a közösség megbecsülését (Miles 2003). A serdülők valamely csoporthoz való tartozásukat közösen demonstrálják ruházatukkal, ékszereikkel, hajviseletükkel, fellépésükkel, zenei ízlésükkel és rendezvényeikkel (Mönks és Knoers 1998), és jellemzően egymásnak akarnak megfelelni.

„A fogyasztás azt az érzetet adja a fiataloknak, hogy ők irányítanak. A tömegfogyasztás jelensége elsősorban a fiatalokra hat, ők érzik át az egyének életére gyakorolt hatását, mivel az egyéniség kialakulásának igénye elsősorban a serdülőkorra tehető. A fiatal fogyasztóknak nagy szükségük van egyéni lehetőségeik és céljaik meghatározására, amellyel meg tudják erősíteni személyiségüket” (Miles 2003, 97).

Azonban az egyre nagyobb választási lehetőség együtt jár azzal, hogy elnyomja a fiatalok különböző képességeit, például a szervezői és a feltalálói képességet, hiszen a „pénzért bármit megkaphatok” lehetőséget sugallja számukra (Furlong – Stadler – Azzopardi 2003). Az Ifjúság2004 országos vizsgálat is alátámasztja, hogy a középiskolások mintegy harmada rendelkezik saját fogyasztási javakkal, zsebpénzzel és már saját bankkártyával is (Bauer és Szabó 2005).

Érdeemes megvizsgálni továbbá, hogy a fogyasztás mellett megjelenik-e a (zseb)pénz-gyűjtés, azaz a tudatos fogyasztás, és ha igen, mire tesznek félre a fiatalok. Az Ifjúság2004 vizsgálatból kiderül, hogy 2000-es évhez képest tettek többen félre fogyasztási cikkekre. A fiatalok elsősorban lakásuk korszerűsítésére²⁸, autó- és egyéb vásárlására költenek, illetve az utazás is jellemzőbben megjelenik a pénzgyűjtési céljaiknál. Azonban a „jövőről való gondolkodás” (gyermek, váratlan esemény, tartalék) kevésbé tűnik motiváló tényezőnek a pénz gyűjtésére a 2000-es évhez képest. (4. sz. ábra)

4. ábra: A pénzgyűjtés célja szerinti megoszlás a válaszadók százalékában (több válasz lehetséges) (Ifjúság2004)



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 46)

A fogyasztás a fiatalok értékválasztására is kihat. Mivel a hetvenes évektől kezdődően az ifjúság lett a fogyasztói ipar egyik legfontosabb

²⁸A vizsgálatban a 15-29 éves korosztály szerepel, amely magyarázza a magas értéket.

célcsoportja, a fiatalok – sokszor gondolkodás és tapasztalat nélkül követik azokat a mintákat, amelyeket a szórakoztató ipar kínál-kínáltat számukra (Gábor 2000). Ne feledkezzünk el azonban arról sem, hogy a fiatalok mintakövetőkből mintaadókká is válnak (Gábor 2006a). Hiszen bizonyos vonatkozásban a fiatalok a leginkább nyitottak a változásokra. „Ők azok, akik elsőként átveszik az új értékeket, sőt, várhatóan a viselkedési minták és értékek átvételének dinamikája egyre növekszik, ahogy felnőnek azok a fiatalok, akik már fiatalabb korukban találkoztak ezekkel az értékekkel és megpróbálnak alkalmazkodni hozzájuk” (Szentannai 1999, 14).

A kínálati oldal nem feltétlenül a valós szükségletekből indul ki, sokkal inkább törekszik a fogyasztási szokások meghatározására és befolyásolására, amit a különböző profitorientált szervezetek és vállalkozások internetes, televíziós reklámjai igazolnak a legjobban. A fiatalok ízlésformálása a médián keresztül már egészen fiatal korban elkezdődik, sokkal előbb, mint ahogy valós és önálló vásárlási döntéseket hoznának (Zinnecker 2006). A sebezhetőség mellett azonban a lázadás is megjelenik: „az egyre növekvő anyagiasság és piachoz igazodó verseny kitermeli az ellenkezőjét is: fiatalokat, akik fellázadnak ezen elvárások ellen. Nem a társadalom zárja ki őket, hanem inkább ők zárják ki magukat néhány lehetőségből, és azokat az értékeket követik ehelyett, amelyeket Ronald Inglehart posztmaterális értékeknek nevez” (Wallace 1998, 10-12).

Szentannai (1999) tanulmányában a fiatalok értékattitűdjét vizsgálta, és kísérletet tett a fiatalok materialista, illetve a posztmaterialista, valamint a kollektív (nemzet, tradíció, társadalmi rend és udvariasság) és az individuális értékekkel (szabadság, belső harmónia) szembeni hozzáállásának a vizsgálatára. Eredményeink alapján a magyar középiskolásoknál az interperszonális kapcsolatok és a háborúmentes világ, illetve az individualista értékrend a domináns. Hasonló eredményre jutott az Ifjúság2004 felmérés is. Amennyiben elfogadjuk, hogy a turizmus a fiatalok számára kibontakozási és önmegvalósítási lehetőséget kínál, akkor feltehető, hogy elutazásuk során is az emberi kapcsolatok, vagyis a posztmaterális értékek lesznek fontosak a számukra (vö. Hartman 1981, 33).

Az Ifjúság2004 kutatás során, az értékrend szempontjából, a családi minta szerepét is megvizsgálták. A válaszadók többsége azt állítja (54 százalék), hogy számára megfelelnek azok az elvek, amelyek mentén a szüleik élnek. Ez az arány a 2000-es felméréshez képest emelkedett (akkor 38 százalék volt), illetve a szülők értékrendjét elutasítók aránya a négy év során (13-ról 11 százalékra) csökkent (Bauer és Szabó 2005, 82). Baranyi (2006, 4) kutatási eredményei alapján viszont azt a hipotézist látja megalapozottnak, hogy „a fiatalok értékválasztásában elsősorban a

kortárs csoportnak van meghatározó szerepe. 14 éves kor után sem a család, sem az iskola nem tud alapvető szerepet játszani a gyermek értékrendjének alakulásában”.

Amennyiben a kulturálódási szokásokkal kapcsolatban keressük az életmód és az értékrend közötti összefüggéseket, akkor megállapíthatjuk, hogy a 14-18 év közötti fiatalok leginkább a hedonista-individualista típushoz tartoznak, ők a család és a pénz mellett a baráti kapcsolatokat, a szabadidőt és a kikapcsolódást is fontosnak tartják (Hunyadi 2005). (14. sz. táblázat).

14. táblázat: A különböző értékrendű csoportok aránya a társadalmi-demográfiai szegmensekben (százalékban)

	zárt-befelé forduló		nyitott-érdeklődő		teljes lakosság
	materiális-individualista	üdvözülő-individualista	hedonista-individualista	közösségi	
Nem					
férfi	24	10	38	28	100
nő	22	17	26	34	100
Életkor					
14–18 éves	8	9	54	29	100
19–29 éves	18	8	45	28	100
30–39 éves	25	7	34	35	100
40–59 éves	30	14	25	31	100
60–70 éves	19	34	14	33	100

Forrás: Hunyadi (2005, 28)

2.3. Az ifjú korosztály turizmusban való részvétele

A következőkben az ifjúság turizmusban való részvételét vizsgáljuk, és kísérletet teszünk az ifjúsági turizmus történetének rövid összefoglalására, nem tekintjük azonban feladatunknak, hogy a kérdéskör minden részletére kitérjünk, ezért csupán a meghatározó állomásokat törekszünk bemutatni.

A vizsgálódásunk során nem találtunk egységes tartalmat az ifjúsági turizmus meghatározását illetően. A definíciókat vizsgálva különbségeket tehetünk az utazás szervezője szerint: beszélhetünk többek között szülői vagy más felnőtt kísérettel történő utazásokról; iskolai táborokról, illetve egyéb szervezett szabadidős tevékenységekről; vagy barátokkal, ismerősökkel együtt történő nyaralásokról.

Szakmai körökben tág értelmezési kerettel találkozunk az ifjúsági turizmus meghatározásakor. A 2002-es Zánkai Konferencián az ifjúsági turizmushoz sorolták *„mind a gyermekek, mind a fiatalok szabadidőben, lakóhelyen kívül megvalósuló turisztikai, honismereti, illetve rekreációs célú tevékenységeit, így különösen az országjárást, a természetjárást, a táborozást, az üdülést, ideértve az oktatás keretei között megvalósuló tanulmányi kirándulást és az erdei iskola-programot is”* (Bánhidi 2006, 24). A megfogalmazásból látható, hogy nem tesznek különbséget a meghatározásban az életkor, sem a szervező tekintetében nincs különbségtétel.

A nemzetközi felmérésekben az ifjúsági turizmusra vonatkozó vizsgálatok szervezettebb részét képezik az ifjúságkutatásoknak, ennek ellenére a fogalom meghatározásában lényeges eltérésekkel találkozhatunk. Giesecke (2007) ifjúsági turizmus alatt a 16-25 éves korosztály időben behatárolható nyaralását érti, melynek során a fiatalok turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe, és kiemeli a hasonló életkorú társaságot, akikkel az utazás történik. Gieseckénél nem tartozik a meghatározásba a határozatlan ideig tartó utazás, a családi nyaralás, illetve a felnőtt korosztállyal együtt történő nyaralás. Stehrenberger (1986) sem tekinti a szülőkkel együtt történő utazásokat az ifjúsági turizmushoz tartozónak, meglátása szerint: amennyiben a szülőkkel, a nagyszülőkkel együtt történik a nyaralás, akkor az a családi nyaralásokhoz sorolható. A nyári iskolai- és egyéb szervezett táborokat sem sorolja az ifjúsági turizmus kategóriába, mert ezekben az önkéntes és kötelező karakterek is jelen vannak, így nem illeszkednek teljes egészében a turizmus szemléletéhez²⁹ (vö. Lengyel 2001).

²⁹ A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli *minden szabad* helyváltoztatását – beleértve az egynapos kirándulást is – valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat” (UNWTO 2008, 1).

Opaschowski (1996) ezzel szemben a már nem gyermekkorban lévő, de még a felnőttkor küszöbét el nem érő fiatalok összes utazással kapcsolatos cselekedetét és azzal való kapcsolatát ide sorolja. Porwol (2001) csupán a 12-18 év közötti korosztályt sorolja az ifjúsági turizmushoz, ő a kísérettel történő utazásokat is ilyennek tekinti. Ezzel ellentétben Kiefl és Bachleitnernél (2005) az ifjúsági turizmus a fiatalkorúak mindenfajta utazásával kapcsolatos gyűjtőfogalom, ahol felnőtt kíséret nélküli utazásokról van szó. Ebben az értelemben nem tartoznak az ifjúsági turizmus fogalmához azok az utazások, amelyeknek során valamely intézmény keretében történő utazásról, például osztálykirándulásról, vagy egyetemi kirándulásról van szó.

A fentiekből következően az ifjúsági turizmus tartalmát sem az életkor, sem a szervezési forma, sem pedig az utazás szervezője alapján nem lehet egyértelműen elhatárolni.

Egy hazai kutatásban a turisztikai szakma a következő nemzetközileg elfogadott definíció mellett érvel: *„Az ifjúsági turizmus magában foglalja a 16-29 éves korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó, önálló utazásait, amit részben vagy egészben más kultúrák megismerésének vágya, élettapasztalat szerzése és/vagy az utazó szokásos környezetén kívül elérhető formális vagy informális tanulási lehetőségekből származó haszonszerzés motivál”* (Mester 2008, 3). A meghatározás az ifjúsági turizmus fogalmát a korcsoportot tekintve tágan értelmezi, és az utazás motivációját nézve kiemelten a tanulásra fókuszál. Törzsök (1997) munkájában a diákturizmus kifejezést használja, ő az életkor alapján választja külön a gyermekturizmust (7-12 éves korosztály) és az ifjúság turizmust (13-17 és 18-24 éves korosztály). Törzsöknél ennek megfelelően a diákturizmus *„azoknak a kapcsolatoknak és jelenségeknek az összessége, amelyek a 7-24 éves korosztály vonatkozásában utazásból és nem az adott településen lakók tartózkodásából adódnak, céljuk a szabadidő eltöltése során a testi és lelki regenerálódás és rekreáció, valamint a tapasztalati úton történő ismeretszerzés”* (Törzsök 1997, 79). Helytelen gyakorlatnak tartja, hogy a diákturizmus szinte minden formájára a táborozás szót használják, mert megfogalmazása szerint a táborozás eredetileg a nomád, sátras elhelyezésre utalt, azaz a szállásforma szerinti csoportosítás körébe tartozik.

Hazai tanulmányokban – az említett meghatározásokon kívül – az ifjúsági turizmus különböző szempontokból történő megközelítéseivel találkozunk: P. Miklós (2003) a cserkészettel összefüggésben elemzi az ifjúsági turizmust, Éles (2007) a 16-19. századi utazásokkal kapcsolatosan vizsgálja a jelenséget, Halász (2008) pedig a honismeret kontextusában vizsgálódik.

Munkánkban az ifjúság turizmusban való részvétele alatt a középiskolai tanulók felnőtt (szülő, iskolai nevelő stb.) kíséret nélküli, illetve egyénileg³⁰ szervezett, saját társaságával együtt történő nyaralását, kirándulását értjük, melynek során különféle szolgáltatásokat vesznek igénybe, azaz a felnőttek turizmusban való részvételéhez hasonlóan töltik el a nyaralásukat.

Az ifjúsági turizmus történetét elemezve azt láthatjuk, hogy Adler (1985) munkájában az ifjúsági turizmus kezdetét egészen a Grand Tour-ig vezeti vissza. A 17. században, I. Erzsébet korában az udvari állásra felkészülő fiatal nemeseknél elvárás volt, hogy a tanulmányaik befejezése után hosszabb körutazáson vegyenek részt (Lengyel 2001). Az utazás a fiatalemberek nevelésében kiemelkedő szerepet töltött be, hiszen általa „*a fiatal gondolatai kisérsültek*” (Gyömrei é.n., 77), azaz az „úriember” neveléséhez a Grand Tour nélkülözhetetlen eszköz volt. Az arisztokrácia körében a 17. század végétől Magyarországon is meghonosodott ez az Európa-szerte népszerű utazási forma. Az arisztokrata ifjakkal a főrangúak közötti társadalmi érintkezés szabályait kellett elsajátítaniuk, idegen nyelveket, táncot, lovaglást, vívást, jogászai praktikákat, építészetet kellett tanulniuk (Bitskey 2004). Az utazásnak az volt a kulcsszerepe, hogy az ifjú nemesek megismerő és észlelő nevelésében segítséget nyújtson.

A tanulmányi utak fontosságáról és jelentőségéről hazai neveléstörténeti munkákban is olvashatunk (vö. Bitskey 2004, Éles 2007, Virág 2008). Virág Irén (2008, 76-80) az arisztokrácia neveltetésének vizsgálatakor (1790-1848 között) a tanulmányutak jelentőségét abban ragadja meg, hogy az ifjú arisztokraták ennek következményeként más szemmel és kívülről tekintettek hazájuk állapotára és helyzetére. Az utazás időtartama és iránya a család anyagi helyzetétől függött, érinthette akár Európa nagy részét, akár egy-egy országot.

Éles (2007) az utazás szerepét az „(ön)nevelés” és az „(ön)művelődés” kontextusában vizsgálta, különös figyelmet szentelve a 16-19. századnak, és többek között F. Bacon, Milton, Comenius, Morus Tamás, Locke, Rousseau, Rabelais, Montaigne, Darwin, Emerson, Csernisevskij, Ellen Key, Széchenyi István, Wesselényi, Szemere, Jókai Mór műveit „*útkezlő*”, hogy hiányt pótló tanulmányában minél alaposabb képet adhasson a kor utazással kapcsolatos nézeteiről.

A korábbi századokra jellemző, hogy szükség volt bölcs és tapasztalt nevelő kíséretére, hiszen a fiatal emberek általában csak kísérettel,

³⁰Az önálló szervezés magában foglalja egyrészt az egyéni szervezést, másrészt azt, ha egy utazási iroda szolgáltatásai vásárolják meg, pl. menetjegyeket, rendezvényekre belépőjegyeket.

felügyelet, irányítás alatt utazhattak³¹, és az utazás valamennyi fázisának megvolt a megfelelő irodalmi műfaja³², mely eligazítást és tanácsot nyújtott a távoli tájakra utazó személyeknek (Bitskey 2004, 5). Bitskey összefoglaló tanulmányában példákon keresztül szemlélteti – ilyen például Zrínyi Miklós, ifjú gróf Bethlen Miklós és Széchenyi Zsigmond körutazása –, hogy ezen utazások megszervezése alapos előkészítést igényelt (Bitskey 2004).

A tanulmányi és ismeretszerzési célú utazások a modern ifjúsági turizmus előzményének tekinthetők (Bitskey 2004), és ennek további fejlődése a 20. század folyamán a kapitalista és a szocialista országokban eltérő módon zajlott. Ezen különbséget német példa alapján kívánjuk bemutatni, melyről elmondható, hogy Kelet- és Nyugat-Németországban az ifjúsági turizmus fejlődése igen eltérő képet mutatott. Kelet-Németországban a hatvanas-hetvenes-nyolcvanas években a fiatalok „turizmusa” politikai tartalmakkal volt fűszerezve, egészen a kilencvenes évekig, amikor is a döntő változások történtek, és a kínálat sokszínűbbé vált. Nyugat-Németországban az 1968-as diákmozgalmakkal összefüggésben szintén megjelent a politika szerepe, azonban nyugaton az ifjúsági turizmus dinamikusabban fejlődött, amit jól mutat, hogy a nyolcvanas évektől a német vasút interrail³³ kínálata húsz európai országot kötött össze és kedvező utazási lehetőségeket kínált a fiatalok számára. A kilencvenes évek elején a 17 és 19 év közötti nyugat-német fiatalokra jellemző volt, hogy átlagosan hét vagy nyolc különböző országban jártak személyesen (Gayler 1993). Napjainkra a kínálat minőségének kérdése került a figyelem középpontjába (Antz et al. 2003). (15. sz. táblázat)

³¹ „A tájékozódáshoz nem elég bejárni az országokat. Értetni kell az utazásból (...) Az utazásnak is, ha a nevelés egy részeként tekintjük, saját szabályaival kell rendelkeznie. (...) A meghatározott célt nélkülöző tanulmány mit sem ér. Én kézzel fogható érdeket tűznék ki a fiatal ember tanulmányai elé, és ez a jól megválasztott érdek a művelődés természetét is meghatározná” (Rousseau 1965, 509).

³² Az újkori „utazás művészetének” (görög apodemein) irodalmának a tárgyát a tanulmányutak képezték. Több mint 200 éves fennállása alatt (az első mű 1574-ben jelent meg) ebben az irodalmi műfajban több mint 200 írás született. Közös törekvésük az volt, hogy az utazások hasznosságát, amelyhez hozzátartozik a tudatos szervezés, a hasztalan csavargással szembeállítsák (Stagl 2002).

³³ Az Interrail egy olyan vasútbérlet, amivel akár egész Európát egy hónap alatt be lehet utazni. Bővebben: www.interrail.net

15. táblázat: A gyermek és ifjúsági üdülések fejlődése Nyugat- és Kelet-Németországban 1960-1990 között

	Nyugat-Németország	Kelet-Németország
1960-as évek	<ul style="list-style-type: none"> - Az érdeklődés a gyermek- és ifjúsági üdülések iránt egyre nő - Az informális nevelés egyik eszközeként értelmezték - Külföldi utak és nyelvtanulás 	<ul style="list-style-type: none"> - Tartalmi cél a kollektív cselekvésekre való biztatás közvetítése - Sportmérkőzések, kulturális tevékenységek - Honismeret
1970-es évek	<ul style="list-style-type: none"> - A 1968-as diákmozgalmak kapcsán jelenik meg először politikai szemlélet az ifjúsági utazások során - Spanyolország, Olaszország, Franciaország kedvelt célterületek 	<ul style="list-style-type: none"> - Úttörő táboroztatás, elérhető majdnem minden gyerek számára - 1975: „Jugendtourist” ifjúsági utazási iroda megalakul, utaztatás a szocialista országokba
1980-as évek	<ul style="list-style-type: none"> - A középpontban a „szelíd turizmus” és a „másképpen utazni” gondolkodás áll - Az ifjúsági turizmus kapcsán a turizmus társadalmi, kulturális, ökológiai szempontjait tartják szem előtt 	<ul style="list-style-type: none"> - Brigádüdülők, úttörőtáborok modernizációja, feltételeinek javítása
1990-es évek	<ul style="list-style-type: none"> - Új szállásformák megjelenése - Élményközpontúság - Szórakozás, intenzív élvezet, kötetlenség 	<ul style="list-style-type: none"> - 1990-es évektől döntő változás az ifjúsági turizmusban - Az úttörőtáborok egyharmada marad csupán meg, melyeket a későbbiekben átalakítanak ifjúsági üdülőcentrumokká, széles programkínálattal

Forrás: Antz (et al.) (2003, 65), saját fordítás, rövidített

Magyarországon a 20. század folyamán az ifjúsági turizmust főként a gyermek- és ifjúsági szervezetek által szervezett (például a cserkész- és az úttörőmozgalmi) táborok jelentették. A több mint 150 gyermek- és ifjúsági szerveződés, illetve a különböző szervezetek munkájáról bővebben P. Miklós (2004) által szerkesztett dokumentumkötetben olvashatunk, amelyben a szerkesztő a 19-20. században Magyarországon működő

gyermek és serdülőkorú ifjúsági szervezetek legfontosabb dokumentumainak bemutatására vállalkozik.³⁴

Az 1910 és 1948 között³⁵ működő magyar cserkészzet is az ifjúsági turizmus egyik lehetséges terepe volt (P. Miklós 2003). A cserkészzet – világméretű ifjúsági mozgalomként – az ifjúság testi, lelki és szellemi nevelését, képzését tűzte ki célul. P. Miklós munkájában még a belföldi turizmus fellendülésével is kapcsolatba hozza a cserkészmozgalmat. „A cserkészútborozások gyakorlata jelentős hatást gyakorolt a hazai belföldi turizmus fejlődésére is. A cserkészek táborba vonulása, a szülők tábori látogatásai, a táborozók cserkészkötelékben tett kirándulásai jelentősen hozzájárultak a szárnyát bontogató hazai idegenforgalom növekedéséhez. A táborozások, országjárások, kirándulások során a cserkészekben kialakult turisztikabarát szemlélet formálódása sem volt elhanyagolható, amely hosszabb távon az utódok turistává válásához is vezethetett”.

A 20. század második felében a magyar úttörőmozgalom vált meghatározóvá, amely egységes gyermekszervezetként működött, és négy évtizeden át szervezte a gyermekkorosztály tanórán kívüli szabadidő-eltöltését (P. Miklós 2004)³⁶. Minden gyermek tagja volt az Úttörőszövetségnek, és sok középiskolás belépett a Kommunista Ifjúsági Szervezetbe (KISZ), mert a KISZ ajánlása szükséges volt az egyetemi továbbtanuláshoz (Szabó és Falus 2000). A KISZ által szervezett programok közül az építőtáborok és kirándulások jelentőségét emeljük ki. Az építőtáborok a fiatalság nyári szünidejének produktív eltöltésének érdekében alakultak. Igazából közhasznú munkát jelentettek, amelyet a diákok a szünidőben végeztek. Azonban kiemeljük a közösségformáló aspektust, és a közös programoknak, illetve a közös szórakozás jelentőségét.

A nyolcvanas évek közepétől a különböző forrásokból finanszírozott nyári táborok egyre népszerűbbé váltak. A tábori élet szervezésében az iskolák, az ifjúsági szervezetek mellett egyre több eltérő profilú társadalmi szervezet, intézmény vett részt. A táboroknak számtalan formája alakult ki az évek során, melyek szintén az élmény- és az új ismeretek szerzését, illetve a más kultúrákkal való találkozást tűzték, tűzik ki célul a mai napig

³⁴ A dokumentumkötetben 24 szerveződés, 90 dokumentumközlés és körülbelül félezer magyarázó lábjegyzet található.

³⁵ A cserkészmozgalom szovjet befolyás hatására megszűnt, azonban a rendszerváltás után újjáélesztették.

³⁶ A P. Miklós (2004) által szerkesztett kötetben történelmi összefoglalóként az úttörőmozgalom negyvenhárom éves múltjára visszatekintő értékelését adják közre. „A mozgalomban a tanulók 14 éves korukig vesznek részt. 14 évesnél idősebb tanulócsoportok, őrök vezetésére vállalkozhatnak. A mozgalom eszközei közös megbeszélések és kirándulások, közös játékok, sport, műhelymunka.” (Forrás: Szávai Nándor tankerületi főigazgató 1946. október 10-én kelt levele. In P. Miklós (szerk.) (2004, 2006).

(Heimann 2006). A zánkai úttörőtábor az 1980-as évek második felében a képzőművészet, a sport és a környezetvédelem, valamint a hátrányos helyzetű gyermekek nyaraltatása során vált jelentőssé. A rendszerváltást követően, a tábor (1996. szeptember elsejétől) Zánkai Gyermekek és Ifjúsági Centrum – Oktatási és Üdültetési Nonprofit, Közhasznú Kft. – néven végzi a gyermek- és ifjúsági üdültetést. A centrum célközönsége széles: gyerekek, fiatalok, családok, szülők, és nagyszülők; és egyéni, illetve csoportos táboroztatásra egyaránt van lehetőség. Megemlítjük még a különböző közművelődési táborokat, az úgynevezett olvasó-, művészeti-, és honismereti táborokat, illetve a különböző sporthoz, természethez stb. kapcsolódó, kötődő táborokat is, melyek szintén fontos szerepet töltenek be.

Megállapíthatjuk, hogy napjainkra az ifjúsági turizmus megjelenési formái sokszínűvé váltak (vö. iskolai szervezésű utazások, a különböző civil és profitorientált szervezetek táborai, utazási ajánlatai stb.), az iskolarendszerű oktatásban tanuló ifjúsági korosztály is a turizmus egyik fogyasztójává vált. Van olyan szerző, aki szét is választja a két jelenséget (a turizmust és az ifjúsági turizmust), szerinte „*az idegenforgalom olyan nemzetgazdasági ágazat, amely a szálloda- és vendéglátóipart, a személyszállító vállalatokat és az utazási irodákat foglalja magában; a diák- vagy ifjúsági turizmust már nem*” (Éles 2007, 109).

Nem hagyhatjuk figyelmen kívül az Európai Unióhoz való csatlakozásunkat sem, aminek következtében még egyszerűbbé vált az egyének szabad mozgása.³⁷

Nemzetközi kutatások

Az ifjúsági turizmus előzményei után nemzetközi és hazai vizsgálatok, kutatások elemzésével folytatjuk vizsgálatunkat. A nemzetközi háttér bemutatása alapjául német és lengyel statisztikákat és tanulmányokat választottunk. A német térséget illető választásunkat, Gábor és Molnár (2006, 340-343) vizsgálatából kiindulva, azzal indokoljuk, hogy „*a magyar ifjúsági kultúra megszorításokkal ugyan, de mintegy 15 év késéssel került a nyugat-német ifjúsági kultúrával összevethető fejlődési szakaszba, (...) és mind a magyar,*

³⁷ Itt megemlítjük a Nemzetközi Diákutaztatási Szövetség (International Student Travel Confederation, ISTC) és az Idegenforgalmi és Szabadidős Oktatási Egyesület által készített összefoglaló jelentést (Richards és Wilson 2005) is, ahol az egyéni diákutazások piacát elemzik. A tanulmány során azonban nemcsak a szabadidőben történő nyaralásokat, üdüléseket vették figyelembe, hanem azokat az utazásokat is, ahol a diákok különböző oktatási programokon keresztül (például Socrates, Leonardo, Erasmus) utaztak. A kutatás azt vette alapul, hogy a mobilitás révén, a külföldi szakmai tanulmányok végzése közben is megjelenik az informális tanulás, miközben a tanulók, illetve a hallgatók egy másik ország kultúráját és társadalmát megismerik, aközben idegennyelvi ismereteik és készségeik is fejlődnek (Richard és Wilson 2005, 46).

mind a nyugat-német, fiatalok körében 17 éves korban megjelenik az utazási lehetőségek kihasználása”. A lengyel példára pedig azért esett a választás, mert Magyarországhoz hasonlóan utóbbi is a posztszocialista országok közé tartozik, és részletes adatokkal rendelkeznek az ifjúság (15-19 éves korosztályra vonatkozóan) nyaralási szokásairól.

Németországban 1972-ben zajlott le az első reprezentatív ifjúsági turizmuskutatás (Studienkreis für Touristik által), melynek a megismétlésére egy longitudinális vizsgálat keretében tizenöt évvel később került sor (Gayler 1993). A fiatalokat motivációjuk, utazási céljuk megválasztása, fogyasztásuk, nyaralásuk időtartama, az utazásszervezés és a közlekedés módja, illetve az igénybe vett szállás típusa alapján vizsgálták. A felmérés a kelet- és nyugat-német fiatalokat külön is elemezte. Megállapíthatjuk, hogy a kelet-német fiataloknál a történeti előzményekkel összefüggésben az élményekre való nyitottság, a szabadság és a változatosság igénye erőteljesebben jelentkezett (16. sz. táblázat).

16. táblázat: A német fiatalok nyaralás alatti legfontosabb motivációi

Nyaralás alatti legfontosabb motivációk	Kelet-német fiatalok	Nyugat-német fiatalok
Új élményeket szerezni	83%	58 %
Azt tenni, amit akarok	73 %	54 %
Időt szakítani egymásra	37 %	29 %
Változatosság	87 %	77 %
Szórakozni	84 %	79 %
Lebarnulni, napozni	37 %	41 %
Pihenni	30 %	49 %
Új embereket megismerni	68 %	61 %
Új felfedezéseket tenni	35 %	23 %

Forrás: Gayler (1993, 379)

2003-ban a Kieli Egyetem az Észak-európai Turizmuskutató Intézettel (Zahl et al. 2003) együttműködésben a német fiataloknak a nyaralását életkor szerint vizsgálta, és a vizsgálat során a gyermekek (13 éves korig), a fiatalok (14-17 éves korig) és az ifjú felnőttek (18-26 éves korig) nyaralási szokásait külön elemezték. A vizsgálatban kitértek az utazások gyakoriságán, idején, szervezési módján, illetve a szállás és a közlekedési eszköz megválasztásán túl arra, hogy felnőtt kísérettel, vagy anélkül történt-e az utazás. Megállapították, hogy életkoruk ellenére a német fiatalok viszonylag nagy utazási múlttal rendelkeznek. Mivel a németek szívesen utaznak, a német fiatalok is viszonylag korán kezdenek el önállóan utazni,

azaz a családi minta meghatározó jelentőségű. 2002-ben az összes német utazásnak (63,1 millió) közel 6 százalékát (3,6 millió) a 14-17 év közötti fiatalok tették ki, akik a barátaikkal történő csoportos utazást részesítették előnyben (Zahl et al. 2003). (17. sz. táblázat)

17. táblázat: A német fiatalok és ifjú felnőttek nyaralása számokban

Népesség szerinti megoszlás	A 14 év feletti teljes népesség	14-17 évesek	18-27 év közöttiek
	100%	4, 9%	12, 3%
Nyaraló	48, 4%	2, 7%	6, 1%
Nyaralások száma (legalább 5 nap) millióban megadva	63, 1	3, 6	7, 7
Nyaralások gyakorisága 1 főre jutó utazások száma	1, 3	1, 33	1, 27

Forrás: Zahl (et al.) (2003, 11)

A fiatalok a kiscsoportban történő utazásokat preferálták: közel egyharmaduk négyfős, másik egyharmaduk ötfős csoportokban vett részt nyaraláson. A megkérdezettek több mint a fele az autóbust választotta közlekedési eszközként, és 14,5 százalékuk a repülőt. A szállás megválasztását a fiatalnak és családjának jövedelmi helyzete befolyásolta, azonban többségük meglegedett egyszerűbb, olcsóbb szálláslehetőségekkel, például ifjúsági szállóval, kollégiummal. Az átlagos tartózkodási idő 10,5 nap volt (teljes népességet tekintve 13,5 nap). A legkedveltebb nyaralási időszaknak a nyári hónapok (július és augusztus), illetve október bizonyult.

A német Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) 2001-es adatai alapján (Danielson et al. 2003, 7-12) megállapítható, hogy az élményekre való nyitottság, a szórakozás iránti vágy, az ismerkedés, és a bulizás a leginkább jellemző tevékenységek a fiataloknál. A leggyakrabban említett motivációk között a vízpart melletti nyaralás (44%), a kikapcsolódás (29%), a szórakozós-bulizós üdülés (28%) és az élménygyűjtés (28%) szerepelt. A 17 és a 18 év közötti fiataloknál a tengerparttal rendelkező Spanyolország a legkedveltebb külföldi úti cél, az országon belül pedig a rövidebb, kisebb nyaralások, és a barátok, rokonok felkeresése a jellemző. Továbbá a fesztiválturizmus is jelentős, ilyen például Love Parade³⁸, illetve a különböző koncertlátogatások.

³⁸ Berlinben megrendezésre kerülő zenés felvonulás.

Braun és kutatócsoportja (1993) vizsgálata során a 14 és 21 év közötti (átlagéletkor 16,5 év) fiatalokat eredeti, ötletes megközelítés alapján vizsgálta. A fiatalok turista magatartását elemezték, azaz a nyaralás helyszínén való tájékozódási képességüket, kapcsolatteremtő készségüket, nyitottságukat, a helyzetnek megfelelő viselkedésüket és önismeretüket, illetve elégedettségüket.³⁹ A fiatalok egyik legfontosabb célja az volt, hogy új emberekkel ismerkedjenek meg és élményeket gyűjtsenek. Fontos volt még a közösségi élmények szerzése és a szabadságnak a megtapasztalása is. Lényeges szerepet kapott továbbá a szerelem, a flörtölés és a szexualitás (vö. Juhász 2001). A megkérdezés során különböző szituációkban vizsgálták a fiatalok viselkedését. Elemezték például az üdülés alatt az esti szórakozóhelyekre történő készülődés (sminkelés, frizura stb.) és a másokkal való ismerkedési szándék közti összefüggést, egy kilencfokozatú skálán keresztül. Megállapították például, hogy a megfelelő ruha, a frizura, és a parfüm fontos kellékei az esti szórakozásnak, és ez még erőteljesebben érvényesül, ha az ismerkedési szándékkal is párosul. (18. sz. táblázat)

18. táblázat: Diszkóba, szórakozóhelyre való készülődés és ismerkedés közötti kapcsolat, átlagértéke

(1 = legkevésbé fontos, 9 = nagyon fontos)

	Ismerkedési szándék nélkül	Ismerkedési szándékkal
Frizura	6,19	7,63
Parfüm	5,14	6,25
Ruhakiválasztás	7,04	8,12
Sminkelés	6,68	7,96

Forrás: Braun (1993, 96)

A vizsgálat során azt is elemezték, hogy mennyire fontos a fiatalok számára az, hogy jó benyomást keltsenek, azaz a fiataloknál is kimutatható-e a presztízs fogyasztás. Az eredmények azt mutatják, hogy igen, mivel a nyaralással kapcsolatos elégedettségük annál nagyobb volt, minél inkább sikerült másokban jó benyomást kelteniük, és ez még fontosabbnak bizonyult, ha már az utazás megkezdése előtt is fontos tényezőnek számított.

Braunék szerint a barátok azért töltenek be fontos szerepet a nyaralás során, mert hasonló értékrenddel rendelkeznek, és azokat a dolgokat ajánlják, amelyek náluk is tetszést váltanának ki (vö. Miles 2003). Felmerül a kérdés, hogy ilyenkor a barátok konstruktív vagy destruktív szerepe érvényesül-e jobban.

³⁹ Érdeemes összevetni a felsoroltakat az „Utazás és Turizmus” tantárgy kompetencia listájával, amely szintén a hasonló készségekre, jártasságokra való felkészítést emeli ki.

A lengyel vizsgálat (Hirling 2006) két korcsoportra terjed ki, a gyermekekre (14 éves korig) és az ifjú korosztályra (15-19 évesek). Az ifjú korosztály utazási szokásairól megállapítható, hogy a legaktívabbak a gimnáziumi tanulók voltak, közel kilenctizedük ment vakációzni. Ritkábban utaztak a szakmunkásképzők, illetve a technikumok tanulói. Erre a korosztályra jellemző egyébként a legnagyobb részvételi arány a turizmusban. Az a tendencia is megfigyelhető, hogy 1998 óta jelentősen csökkent a szervezett belföldi utazások száma a fiatalok körében és megnőtt – feltételezhetően az internet használatának köszönhetően – a saját maguk által szervezett utazások száma. Ez a jellemző megfigyelhető a felnőtt lakosságnál is (Hirling 2006). (19. sz. táblázat)

19. táblázat: A lengyel ifjúsági turizmus jellemzői

Ifjúság belföldi utazásainak szervezői	<ul style="list-style-type: none"> - önállóan: 81,1% - vállalat, iskola által: 21,2% - utazási irodán keresztül: 7,6%
Ifjúság külföldi utazásainak szervezői	<ul style="list-style-type: none"> - utazási iroda: 53,2% - teljesen önállóan: 40,3% - részben utazási iroda, részben önállóan: 10,8%
Az ifjúság belföldi utazásai szállások típusai szerint	<ul style="list-style-type: none"> - rokonoknál, ismerősöknél: 55,3% - üdülő: 14,8% - privát szállás: 9,8% - sátor, lakókocsi: 9,3% - panzió: 8,1% - kemping: 7,2%
Az ifjúság időtöltésének módjai	<ul style="list-style-type: none"> - passzív pihenés, rövid séták: 57,2% - társasági élet, szórakozás: 43,4% - rádióhallgatás, TV nézés: 25,9% - torna, fitness, úszás, sportjátékok: 23,5% - kávéház, étterem: 18,4% - múzeum, műemlék látogatás: 17,1% - nemzeti parkok látogatása: 16,6%
Az ifjúság külföldi utazásai – kísérő személyek, úti társak	<ul style="list-style-type: none"> - iskolatársak, barátok: 45,9% - szülők: 24,6 % - más családtagok: 20,7 % - egyedül: 15,1 %

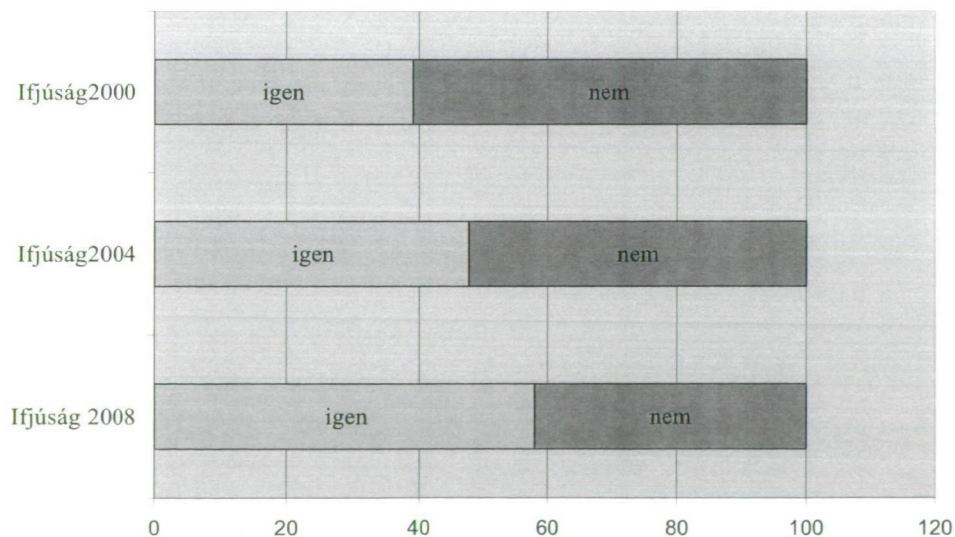
Forrás: Hirling (2006) ⁴⁰

⁴⁰ Az értékek azért nem adják ki a 100 százaléket, mert több válasz volt lehetséges.

Hazai kutatások

Magyarországon a fiatalok nyaralási szokásainak vizsgálata társadalomtudományi megközelítésből önálló kutatási területként kevésbé jellemző, sokkal inkább az ifjúságot érintő felmérésekben találkozhatunk egy-egy vonatkozó kérdéssel. Az Ifjúság2004 kutatás például azt mutatja, hogy 2003-ban a fiataloknak megközelítőleg a fele (48 százalék) vett részt turizmusban, ami magasabb részvételi arányt mutat a 2000-es vizsgálathoz képest. A diákok közül a szakmunkásképzőbe járóknál volt a legalacsonyabb a részvételi arány (60 százalékuk nem volt nyaralni), míg kedvezőbb anyagi körülményeiknek köszönhetően az egyetemistáknak, a főiskolásoknak és a gimnazistáknak (sorrendben) 74, 68 és 67 százaléka volt nyaralni. A külföldi utazást az utazók kevesebb, mint fele engedhette meg magának. A fővárosban és a megyeszékhelyeken lakók valószínűleg kedvezőbb anyagi helyzetük miatt voltak gyakrabban nyaralni (vö. Blaskó 1999). Megfigyelhetőek regionális különbségek is: a gazdaságilag fejlettebb régiókban lakó fiataloknál inkább jellemző a nyaralás. Érdeemes megemlíteni, hogy az önálló keresettel rendelkezők már kisebb arányban járnak nyaralni, mint azok, akik még a szüleikkel élnek, és az is megállapítható, hogy leginkább a fiatal, felsőfokú végzettséggel rendelkezők utaznak, illetve a még tanuló és hallgató státuszban lévő fővárosiak (Bauer és Szabó 2005). (5. sz. ábra)

5. ábra: A nyaralók százalékos megoszlása



Forrás: Bauer és Szabó (2005, 2009)

Az Ifjúság2008 kutatás adatai már azt mutatják, hogy 2007-ben a fiataloknak több mint a fele (58 százalék) üdült belföldön, vagy külföldön. A vizsgált 8 évben nőtt azon fiatalok aránya, akik voltak nyaralni. Az önálló háztartásban élő fiatalok 52 százaléka volt valahol 2007-ben, míg az eltartottak között ez az arány azonban 63 százalék (Szabó és Bauer 2009).

A magyarországi ifjúsági turizmus helyzetéről az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága és a Magyar Turizmus Zrt. is végzett közös kutatást (Mester 2008).⁴¹ A magyar ifjúsági turizmus résztvevői között 10 százalékos arányban találhatjuk meg a 15–18 éves, 23 százalékban a 19–24 éves, 17 százalékban a 25–30 éves és 21 százalékban a 31–34 éves korosztályt. A turizmusból való kimaradás okai mind az egynapos kirándulások, mind pedig a többnapos utazások esetében többnyire a kedvezőtlen jövedelmi helyzetre voltak visszavezethetők. Ezt követte az időhiány, valamint a különböző családi problémák.

A kutatás során az ifjúsági turizmust mind a beutazó, mind a kiutazó fiatalok oldaláról megvizsgálták, azonban a kutatás elsősorban a keresleti és a kínálati oldal kapcsolatára helyezi a hangsúlyt. A felmérésbe egyrészt a 18–30 év közötti korosztályt, másrészt a középiskolás korosztály felsőbb éveseit (a közvetlenül felvételi előtt állókat) vonták be, azzal az indoklással, hogy nemzetközi és korábbi hazai felmérések szerint a 16 éven felüliek már családjuk nélkül is utaznak, illetve iskolájuk szervezésén kívül is útra kelnek. Külön vizsgálták a fiatalok családi, iskolai és önálló utazását, hogy minél pontosabb képet nyújtsanak a korosztály utazási jellemzőiről. A belföldi utazások célterülete a Balaton (vízpart), a főváros (fesztiválok) és az Észak-magyarországi régió volt. Az utazás megszervezéséhez a fiatalok a felnőtt lakossághoz képest magasabb arányban gyűjtöttek információt az interneten. Tevékenységeiket vizsgálva a nyaralás alatt főként pihentek, strandoltak és szórakoztak, azonban a rokonlátogatások és az ismerősök felkeresése, illetve a kulturális programon való részvétel is jellemző volt. A kutatás szintén

⁴¹ A vizsgálat kiterjedt az említett minisztériumok háttérintézményeire, valamint a témában érintett következő hazai és nemzetközi szakmai szervezetekre és azok kutatási eredményeire:

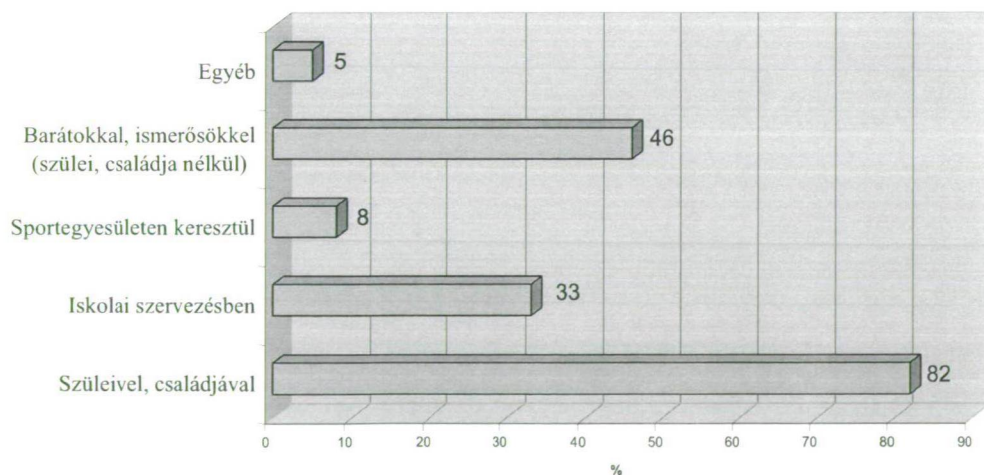
Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), European Travel Commission (ETC), European Union Federation of Youth Hostel Associations (EUFED), Federation of International Youth Travel Organisations (FIYTO), International Student Travel Confederation (ISTC), Környezet- és Természetvédelmi Oktatóközpontok Országos Szövetsége (KOKOSZ), Magyar Ifjúsági Szállások Szövetsége (MISZSZ), Magyar Madártani Egyesület (MME), Magyar Természetbarát Szövetség (MTSZ), MOBILITÁS Országos Szakmai Ifjúsági Szolgálat, Oktatási és Kulturális Minisztérium Támogatáskezelő Igazgatósága (OMAI), Országos Köznevelési Intézet (OKI), SULINOVA Köznevelés-fejlesztési és Pedagógus-továbbképzés Kht., United Nations World Tourism Organization (UNWTO), World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE)(Mester 2008).

megegerősíti, hogy az iskolai végzettség és a turizmusban való részvétel között szignifikáns összefüggés található (vö. Bourdieu 1978).

Az ifjúsági szálláshelyek köre a kutatás alapján szélesnek mondható, többcsillagos szállodák, panziók, motelek, turistaszállások, „kulcsosházak”, kollégiumok, kempingek tartoznak főként ide. Minden megkérdezett tíz szálláshelyből kilenc étkezési lehetőséget is tudott biztosítani vendégei számára. A megkérdezett szálláshelyek ifjúsági célcsoportjába jellemzően a 9-22 évesek tartoznak, a szálláshelyek vendégeinek átlagosan kétharmada kerül ki ebből a szegmensből, és a szálláshelyek bevételeinek átlagosan szintén közel kétharmada köthető hozzájuk. A szálláshelyek kilenctizede folytat kifejezetten az ifjúsági korcsoportnak szóló kommunikációs tevékenységet. Háromnegyedük az interneten, ezen belül közel felük saját honlapon (is) kommunikál. 2007-ben az ifjúsági szállókon eltöltött vendégéjszakák száma 721 ezer volt (ez 35,5 százalékos növekedés az előző évhez képest), s ennek a 98,7 százaléka a belföldi vendégek körében realizálódott (Mester 2009).

A fővárosi fiatalokról szintén készült egy részletesebb felmérés (Mimikri 2007, 90-97). A 2003-as kutatás szerint a megkérdezett fiatalok (14-18 év közöttiek) négyötöde volt nyaralni, üdülni az előző egy év során. A legjellemzőbb nyaralási célpont a fiatalok körében belföldön volt, és sokan nyaraltak a család saját nyaralójában, illetve a rokonoknál. Leggyakrabban a szülőkkel, a családdal nyaraltak együtt a fiatalok. Emellett majdnem 50 százalékuk (szülő, család nélkül) barátaival vagy ismerőseivel is vett részt nyaraláson, illetve egyharmaduk iskolai szervezésű utazáson is volt. (6. sz. ábra)

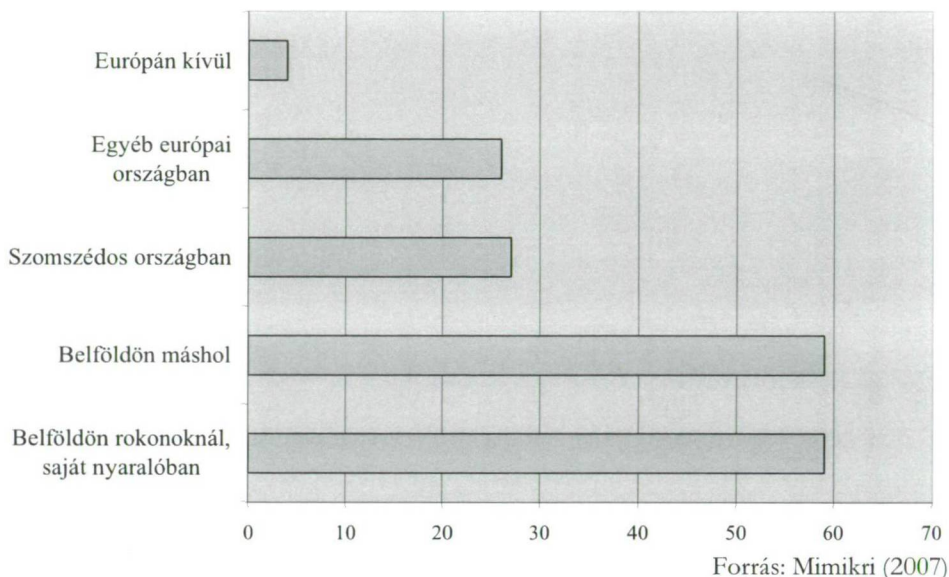
6. ábra: A budapesti fiatalok nyaralása, szervezés szerint



Forrás: Mimikri (2007)

A felmérés (Mimikri 2007) adataiból az is kiderül, hogy a budapesti fiatalok egynegyede szomszédos országban (is) nyaralt az előző egy év során, és egynegyedük pedig egyéb európai országokban (is) járt. (7. sz. ábra)

7. ábra: A budapesti fiatalok üdülési célpontja százalékban



A *fesztiválturizmus*, a különböző fesztiválokon és rendezvényeken való részvétel, szintén jelentős utazásra motiváló erővel bír az ifjú korosztály életében. A fesztiválok egyik fő sajátosságaként kiemelhetjük, hogy különböző élményeket nyújtanak, és az általuk kínált találkozási alkalmak a fesztiválok típusától, jellegétől függően a kultúra iránti fogékonyságra és nyitottságra is ösztönzőleg hathatnak. A fesztiválok identitásnövelő, toleranciaerősítő, ízlésformáló stb. hatással rendelkezhetnek, vagyis hatással lehetnek a szociális kompetenciák fejlődésére (Hunyadi – Inkei – Szabó 2006).

A fesztiválok „*remek keretét adják mind a közösségi együttlétnek, mind a művészeti élményekhez való hozzáférésnek*” (Hunyadi 2005, 4). A kutatás során az egyes fesztiválokat magas- és tömegkultúra szerint is csoportosították (vö. Gans 2003). Megállapították, hogy például a Művészetek Völgye, illetve a Sziget Fesztivál elsősorban a magasabban iskolázott fiatalok számára jelent kulturális élményt, míg az „*alacsonyabban iskolázott, az autentikus kultúra iránt kevésbé fogékony*” ifjúsági csoportok inkább az ingyenes, és elsősorban a tömegkultúrát megjelenítő „*nagyrendezvényeket*” (például Budapest Parádé, Sport Sziget) látogatják (Gábor és Szemerszki 2007, vö. Bourdieu 1978, Gans 2003, Richards 2003).

A Sziget fesztivál⁴² vizsgálata során a Sziget-látogatók családi-, iskolai háttérének, és fogyasztói-, kommunikációs-, illetve kulturális státuszának elemzésére is sor került. Megállapították, hogy „1999 óta a Szigeten megforduló fiatalok iskolázottságban, nyelvtudásban, számítógép és internet használatban felülmúlják saját korosztályuk átlagát. Az életkori megoszlás alapján 2005-ben a 17 éven aluliak a látogatók 11%-át, a 18-19 év közöttiek pedig 16, 2 százalékát tették ki az oda érkezőknek” (Gábor és Szemerszki 2007, 2).

A kulturális szabadidős tevékenységekről az ország felnőtt lakossága és a 14-25 év közötti fiatalok körében is készült felmérés (Szonda Ipsos 2000). A vizsgálat során a megkérdezettek a belföldi úti célok kiválasztásánál kulturális szabadidős tevékenységekkel kapcsolatos véleményüket ismertették. A legnagyobb érdeklődést kiváltó, ún. „vonzerők” a felnőtt lakosság és a fiatalok körében is a világörökség helyszínek, illetve a természeti értékek voltak. Legkisebb érdeklődés mindkét csoportnál a komolyzenei hangversenyek, operák, balettek iránt mutatkozott. A felnőtt lakosság és a fiatalok véleménye megegyezett abban, hogy a kulturális programok mellett igen fontosak a származtatott vonzerők is (szállás, étkezés, közlekedés stb.). Az előkészületeket tekintve az információs források közül a fiatalok körében az internet használata magasabb volt (vö. Galáncz 2006), mint a teljes lakoságnál. Feltételezhető, hogy a fiatalok meghatározó mértékben tájékozódnak a médián keresztül, szemben a felnőttekkel, akik elsősorban saját és ismerőseik korábbi utazási tapasztalataira építenek (Szonda Ipsos 2000, 38-42).

Összességében megállapíthatjuk, hogy az ifjú korosztály turizmusával összefüggésben készülnek kutatások, felmérések – bár számuk még mindig elenyésző – azonban ezek a vizsgálatok elsősorban a kereslet bemutatására, és a kereslet-kínálat kapcsolatára vonatkoznak, a magyarázó változókat sokszor figyelmen kívül hagyják, illetve nem tekintik kutatásuk feladatának.

⁴² A Sziget Fesztivál Európa egyik legnagyobb könnyűzenei és kulturális rendezvénye, melyet minden év augusztusában rendeznek meg Budapesten, az Óbudai-szigeten. A fesztivál a 2000-es években vált össz-műfajává. 2011-ben például a pop-rock nagyszínpadon Prince lépett fel, a világzenei nagyszínpadon a Magyar Rádió Szimfonikus Zenekarának közreműködésével ismert popslágerek nagyzenekari átíratái hangzottak el. Korábban az alternatív és a rockzenei stílusok voltak a meghatározóak a fellépő együttesek és előadók kínálatában.

III. TANULÁSI LEHETŐSÉGEK A TURIZMUS KONTEXTUSÁBAN

3. Tanulási lehetőségek a turizmus kontextusában

Elsőként a turistaélményekre helyezzük a hangsúlyt, ezt követően pedig turistatipológiákat vizsgálunk meg az új élményekre való nyitottság és fogékonyság tükrében. A fejezetben emellett kiemelt szerepet szánunk a szocializációs közegeknek a kulturális- és a társadalmi tőke kontextusában.

3.1. Élmény és turizmus

Löfgrenhez kapcsolódva, a turizmussal foglalkozó, illetve a turizmusról szóló irodalmak sokáig saját megítélésünk szerint sem tettek különbséget az egyes turistaélmények között, ehelyett a „*nagy turista élményről*” beszéltek, ahol a turistákat szinte „marionett bábnak” írták le. *„Az esetek többségében a nyaralókat könnyű prédának és a manipuláció öntudatlan áldozatainak tekintették, akiket charter buszokba terelnek, és nevezetességről nevezetességre szállítanak. Az is előfordult, hogy a kutatás egy meglehetősen egydimenziójú variációját adta a turista életnek, amely „a turistalátás” megalkotására koncentrált. A turisták csupa szemmé váltak, test – és olykor agy – nélküli lényekké”* (Löfgren 2004, 218). A turistalét ezen felfogását cáfoljuk, mert a turizmus során nyert élmények hatnak ránk, hiszen *„az élményorientáció a boldogság keresésének legközvetlenebb formája”* (Schulze 1992, 14).

Az élmény azonban nemcsak megtörténik velünk, hanem mi magunk hozzuk azt létre. Hiába reméljük, hogy „csak úgy” szép élményekhez juthatunk, hiszen az élményszerzés egy aktív folyamat, és értékelése utólag történik meg (Wessely 1996) (vö. Kolb 1984). Csíkszentmihályi (2001) a tökéletes élményt a „flow” elméletében jeleníti meg: szerinte az élmény attól tökéletes, hogy magában hordozza a jutalmat is. Az idő is másképpen telik, mint szokott, mert a tevékenység végzése közben meg is feledkezünk róla; emellett hangsúlyozhatjuk a változatosság és az újszerűség szerepét az élményszerzés során. A szabadidős tevékenységek közül kiemelhető a nyaralás mint ingergazdag tevékenység, melynek tartalma különböző lehet: városnézés, aktív sportolás, természetjárás, valami szokatlan szórakozás, vagy egyszerűen csak az, hogy a megszokott napi rutintól megszabadulva valami mást csinálunk (Scitovsky 1990). A középiskola befejezése körüli életkor sokaknál olyan időszak, amikor nagyon vágnak az izgalmakra, az élményekre és a kihívásokra (Scitovsky 1990). A Schulze-i „szórakozó miliőhöz” szintén a fiatalabb korosztályok tartoznak, vagyis az életkor itt is meghatározó. Scitovsky mellett az újdonság szerepét és jelentőségét más szerzők is hangsúlyozzák, Kiss megfogalmazásában *„az újdonságra, mint*

újdomságra van szükségünk, minden egyéb szemponttól függetlenül maga az újdomság csábít”, ő a kíváncsiság ösztönét, az újdomság keresését egyfajta életformának is tekinti (Kiss 2001, 11) (vö. Kolakowski 1998).


A turizmus jelenségének történetéből kiindulva, a turisták által megszerezhető élmény szoros összefüggésben áll Thomas Cook szerepével, ténykedésével, akit a turizmuselmélet szakirodalma a szervezett utazások atyjaként is emleget (vö. Lengyel 2001, Tasnádi 2002). Cook 1841-ben kirándulást szervezett, egy shillinges részvételi díjjal, ahol ő maga vette meg a jegyeket, viszonteladási céllal. A szervezett csoportos utaztatást hozta létre, megteremtve ezáltal a későbbi tömegturizmus alapját. Urry is utal arra, hogy a turizmusipar részéről sokan „*ékeesszóloán írják le (Cooknak) a kockázat csökkentésében és a bizalom megteremtésében játszott szerepét*”. Azonban ez a folyamat akarva-akaratlanul magával hozta „*a hétköznapi tudások egy részének elvesztését is, azaz az utazással kapcsolatban az emberek elvesztették a néha gyalogosan hihetetlenül nagy távolságok megtételét lehetővé tevő helyi környezet és útvonalak ismeretét*” (Urry 2007b, 3). Meglátásunk szerint, ennek egyik tipikus példája az autóbuszos városnézés, ahol a turisták megpróbálják kihasználni az alkalmat a piros lámpáknál, néhány fénykép, felvétel készítésére. Ez a fajta városnézés egy ál-autentikus találkozást nyújt a várossal, mialatt megkönnyíti a helyismerettel nem rendelkező turisták dolgát, hogy azok a legfontosabb látnivalókkal kényelmesen megismerkedjenek. Gyömrői (é.n., 189) találóan szemlélteti ezt: „*A kultúremler számára minden (külföldi) utazás zarándoklásféle volt. (...) Ma ugyanazt az utat házhoz szállítják... Az élmény meghígult, olcsóbbodott. A régi utazásoknak éppen az volt a hatása, hogy az utasnak a legszorosabb személyes kapcsolatba kellett kerülnie a néppel. Ma a megszervezett utazások résztvevőinek még a hordárral, pincérrel, vagy a portással sincs érintkezésnivalója*”.

Ennek ellenére a turizmus rendszerét – alanyi és tárgyi oldalát – megvizsgálva megállapíthatjuk, hogy a megszerezhető turistaélményről van a legkevesebb információnk, hiszen a szakirodalom a turistákat többnyire csupán a motiváció alapján tipizálja (vö. Lengyel 2001, Puczkó és Rátz 2002a, Tasnádi 2002). Néhány szerző azonban arra is vállalkozott (például Plog 1991, Cohen 2003a), hogy a turistákat másként csoportosítsa: tudniillik, hogy azok mennyire nyitottak az új, szokatlan tapasztalatokra, vagy mennyire ragaszkodnak a megszokott, ismerős elemekhez. Plog (1991) tipológiájában a teljesen új, ismeretlen iránt érdeklődő, kockázatvállaló típust „allocentrikusnak”, míg az abszolút ismerőst, megszokottat keresőt „pszichocentrikusnak” nevezte el. Ezek a kategóriák a turizmusra úgy alkalmazhatók, hogy az allocentrikusok a teljesen új, mások által még fel nem fedezett területekre utaznak, a pszichocentrikusok pedig a

meglepetések nélküli, otthonukra emlékeztető úti célt keresik. Valójában nem lehet csupán a két fő kategóriát elkülöníteni, mert az egyes átmenetek különböző volta az igazán érdekes, hiszen a turisták nagy része olyan desztinációt keres, amely egyszerre nyújtja a biztonságot és az új élményeket (Rátz 1999) (vö. Liska és Ritzer 2007).

Egy másik turista-típológia abból indul ki, hogy minden turisztikai élmény tartalmaz új és ismeretlen, illetve otthonos és ismert elemeket (Cohen 2003a, 18). A csoportosítás a turistákat intézményesített és nem intézményesített típusokra választja szét. Az intézményesített típusba tartoznak a „szervezett tömegturisták” és az „egyéni tömegturisták”, akik elsősorban az otthonos, ismerős elemeket keresik a nyaralás alatt, a nem intézményesített típust pedig a „felfedezők” és a „vándorok” alkotják, akik az új dolgok iránt nyitottabbak (20. sz. táblázat).

20. táblázat: Cohen turistakategóriái

	Vándor Felfedező	Nem intézményesített turizmus
	Egyéni tömegturista Szervezett tömegturista	Intézményesített turizmus

Forrás: Cohen (2003a, 18)

Az intézményesített turizmushoz tartozó, „szervezett tömegturisták” utazási irodák által meghirdetett utakra fizetnek be, ahol „*mások viszik őket és mutatják be nekik az előre gondosan megválogatott látnivalókat*” (Hajdú 2000, 191). Viszont akár az utazási irodáknál is igénybe vehetünk csupán egy-két szolgáltatást (ilyen például a szállásfoglalás vagy a közlekedési eszköz megrendelése), tehát nem kész csomagot. Az utóbbiakat igénybe vevők lesznek az „egyéni tömegturisták”. Megítélésünk szerint a szervezett turizmusnál az újszerűség sokszor azért vész el, mert az utazási iroda „gondoskodása” azáltal, hogy úgynevezett csomagutúrákat állít össze, (vagyis gondosan előre megtervezett utakat bocsát rendelkezésünkre), ahhoz az érzethez vezetnek, hogy készen kapunk mindent, és nincs szükségünk semmilyen előkészületre (vö. szelíd turizmus: előzetes foglalkozás a meglátogatandó területtel). Természetesen ez nem zárja ki annak lehetőségét, hogy bármely utazó, akinek igénye van a rákészülésre, tájékozódásra, ne kereshessen magának fontos információkat (vö. Fejős 2000).

A nem intézményesített turizmushoz tartozó „felfedezők” és „vándorok” saját erejükből szervezik meg útjaikat, törekedve az újszerűsége, ismeretlenre. A különbség kettejük között az, hogy a vándorok még inkább törekszenek az újszerűsége, a helyiekkel való találkozásra és azok életmódjának megismerésére.

A fentiekből is jól látszik, hogy az önálló utazásszervezés valamiféle tudást, tapasztalatot, motiváltságot feltételez, egyrészt amiatt, hogy a számos információ között megtaláljuk a számunkra fontosat és szükségeset, másrészt pedig, hogy el tudjunk igazodni az információk között úgy, hogy képesek legyünk egy utazást előkészíteni, megszervezni (vö. Gyömrei é.n., Komenczi 2001).

Kiemeljük Zins (1996) munkáját abban a tekintetben, hogy ő újszerű megközelítést alkalmazott a turistatipológiák megalkotásánál, mert ő a turizmus keresletét leíró klasszikus jellemzőket tekintette függő változóknak, magyarázó változónak pedig a keresett élmény típusát tette meg. Munkájának jelentősége abban rejlik, hogy kutatásában nem hagyja figyelmen kívül a turizmus során megszerezhető élmény hatását sem.

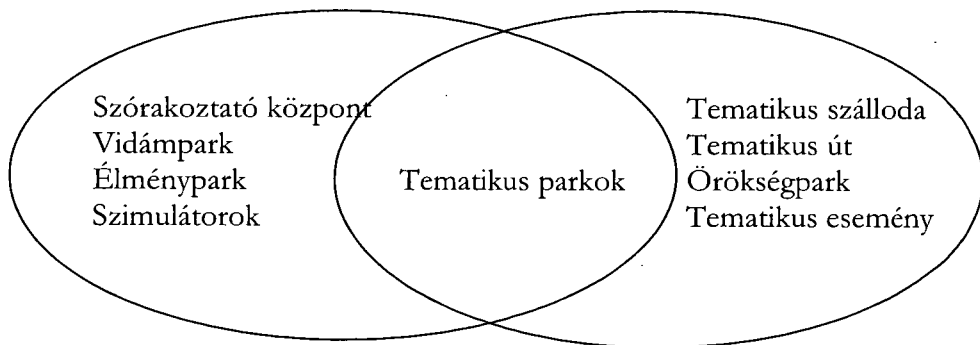
Nem véletlenül merül fel a kérdés: *„képes-e a megnövekedett technikai lehetőségek nyomán fellendülő modern utazásszervezés biztosítani és társítani a lenyűgöző külső látványok bemutatása mellé a belső élményt, a szellem gazdagodását és épülését is?”* (Bitskey 2004, 11). Maga a problémafelvetés is ambivalens, hiszen a kíváncsnak tartott szelíd turizmus szintén a belső élményeknek a fontosságát emeli ki, miközben egyre nagyobb nyomás nehezedik a különböző intézményekre, szolgáltatókra, hogy minél teljesebb és tökéletesebb élménykínálatot hozzanak létre (vö. Pine és Gilmore 1998, Puczkó és Rátz 2000).

A turisztikai trendek is azt sugallják, hogy egyre inkább növekszik a kereslet az olyan speciális turisztikai célpontok iránt, melyek egyéni igényeket is képesek kielégíteni, egyedi élményeket nyújtanak: azaz a tömeges turizmusra való igény háttérbe szorulni látszik (ETC 2009). *„A puszta pihenésre, semmittevésre, kikapcsolódásra irányuló motiváció fokozatosan veszít jelentőségéből, és egyre inkább növekszik a valódi élményt nyújtó tevékenységek iránti kereslet”* (Michalkó és Rátz 2005, 127). Megállapítható, hogy a kínálati oldal is egyre inkább figyelembe veszi az élményre orientáltságot. Többek között ezt példázza Puczkó László és Rátz Tamara (2000) *„Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei”* című könyve, amelyben a szerzőpáros arra vállalkozott, hogy létrehozza az első magyar nyelvű összefoglalást a látogatómenedzsment kérdéseiről. A szerzőpáros szerint szinte bármi vonzerővé válhat, ha a menedzsment megtalálja hozzá a megfelelő piaci csoportot, és erőteljes élményeket képes kínálni. Az

élményipar központi kérdése ma már inkább a közvetítés mikéntje felé irányul, amely jól szemléltethető a „színpad” hasonlattal. Pine és Gilmore (1998) szerint az élményipar metaforikus „színpada”, olyan katarzisszerű élményeket kínál, ahol a néző passzív befogadóból aktív résztvevővé válik. Azonban *„megvenni csak az élménykínálatot lehet, de nem az élményt – ez utóbbiról mindenkinek magának kell gondoskodnia”* (Schulze 2003, 200) (vö. Csíkszentmihályi 2001).

Az élményparkok hazánkban modern vonzerőknek tekinthetők, amelyeket kimondottan a szabadidő-eltöltés céljára hoztak létre. Két különböző típusuk van. Az egyik csoportba tartoznak a szórakoztató parkok, amelyeket akár mesterségesen is létre lehet hozni, mert azok nem függenek az adott terület kulturális és természeti örökségétől. Ezek elsősorban kikapcsolódást, szórakozást ígérnek. A másik csoportba az örökségparkok, a tematikus események (például egy csata újrarájátszása, vagy egy középkori lakoma felidézése), illetve a tematikus utak tartoznak, amelyeknek jellemzője, hogy valamilyen kulturális, történelmi, természeti örökség-értéken alapulnak, és egyszerre szolgálják a tanulási lehetőségeket, valamint a szórakozást (Puczkó és Rátz 2002b, 7). (8.ábra) A kettősségre való keresletet jól mutatja az „edutainment” kifejezés, melyet a szórakoztatás (entertainment) és az oktatás (education) angol megfelelőiből vontak össze. A nyaralás, elutazás során még inkább érvényesülhet az erre való igény, hiszen egyrészt megjelenik a kikapcsolódás utáni vágy, másrészt a mindenkori kulturális fogyasztóknál a nyaralás alatt is feltételezhetjük a kultúra iránti nyitottságot. Az ifjú korosztály feltehetően szívesen köti össze e kettőt, hiszen a nyári szünidő alatt kötetlenebb programokat kedvelnek.

8. ábra: Tematikus parkok csoportosítása



Forrás: Puczkó és Rátz (2002b, 7)

Adódik a kérdés, hogy az említett kulturális élmények mennyiben szolgálják az „igényes” kultúrát, hiszen napjainkban a kulturális kínálaton belül egyre inkább csökken az úgynevezett „magas” kultúra súlya, s egyre nagyobb szerephez jut a tömegkultúra (Hunyadi 2005) (vö. Gans 2003).

Az „élménytársadalommal” kapcsolatosan is feltehető a kérdés: vajon áldozatait vagyunk-e az élményeknek – hiszen az élménypiac folyamatosan kínálja, nyújtja felénk az új termékeket, szolgáltatásokat (Schulze 2003, 200), miközben a kínálati oldal a fogyasztási szokások kialakításánál inkább befolyásol, mint az igazi szükségletekből indul ki. Témánk aspektusából fontos kiemelni, hogy a fiatalok ízlésformálása már szinte gyermekkorban elkezdődik, sokkal hamarabb, mint ahogy önálló vásárlási döntéseket hoznának (Zinnecker 2006).

A turisztikai élmény tekinthető paradoxonnak, hiszen ott *„teljesen egyedi módon jelenik meg egyfajta „sűrített valóságadagolás”, és minél tovább fejlődik a turizmus, annál kevésbé juthat az egyén valóságos élményekhez* (Csillag 2003, 78). *„A poszt-turista a játékok sokszínűségében találja meg örömet, hiszen tudja, hogy nem létezik autentikus turisztikai élmény. Tudja, hogy a látszólag autentikus halászfalu nem létezhetne a turizmusból származó bevételek nélkül, vagy, hogy a színes katalógus csak a pop-kultúra része. Ez is csak egy újabb játék, a posztmodern élmény egy újabb utánpótlás-felszíne”* (Urry 2007c, 3). Ez a kreáció, ez az elrendezett színjáték pedig szinte lehetetlenné teszi azt, hogy a turista hiteles élményekhez jusson. Igaz, a csupán pihenésre, kikapcsolódásra összpontosító látogatók, akiknek feltételezésünk szerint az általában vett, és ezáltal a hitelesség iránti igényei is alacsonyak lehetnek, többnyire a kreált termékeket is hiteles élményként fogyasztják (Cohen 2003b). Hiszen elsősorban az ismeretszerzés motiválta turistákat foglalkoztatja az a gondolat, *„vajon milyen minőségű és milyen hitelességű képet nyújtanak számukra a meglátogatott turisztikai célhelyeken”* (Fejős 2000, 242). Témánk aspektusából felmerül a kérdés, hogy a kevés tapasztalattal rendelkező ifjú utazók képesek-e különbséget tenni a kreált hitelesség és az autentikus között.

Másfelől a turisták autentikusságra való törekvése valahol szükségszerűen sikertelen, mivel a helyiek akár el is rejthetik a tényleges helyi sajátosságokat az érdeklődő turisták szeme elől (Cohen 2003b). Ugyanis a kemény (hagyományos) turizmus jellemzőinél fellelhető „tolakodás” ellen a helyiek, a „megbámult” emberek úgy védekeznek, hogy létrehoznak a turisták számára egy mesterséges életet, egy megrendezett turista attrakciót, így anélkül élhetik az életüket, hogy ebbe belelátnának a turisták (Cohen 2003b). A „szelíd turizmusra” törekvés nem véletlenül tűzte ki céljául például a turisták tapintatra való nevelését (vö. Jungk 1980),

amelyben a szocializációs közegeknek (család, iskola, média stb.) meghatározó szerepe van.

A turistaélményeknek számos formája különböztethető meg: a felszínesebb szórakozástól, a mélyebb, élményszerű létezési formákig. Az, hogy egy adott turista éppen melyik formára vágyik, a „mindenkori”-val való azonosulás mértékétől függ, azaz a társadalomban uralkodó értékektől, saját személyes vágyaitól és céljaitól, vagy az előbbiektől való idegenkedésétől (Cohen 2003a) (vö. Bey 1996, Hankiss 1998). Hozzáteesszük, hogy az életkortól is, hiszen a kikapcsolódásra, szórakozásra való nyitottság korosztályi sajátosság is, azaz a fiatalok körében ez különösen fontos motiváló tényező. Cohen szerint minél erősebb a központ keresése, annál mélyebb a turista által keresett élményforma. *„A kísérleti turisták, többféle választott központtal próbálkoznak, hogy megtalálják azt, amelyik megfelel igényeiknek és hajlamaiknak. A létezési turisták viszont már elfogadtak egy ilyen választott központot, amellyel teljes mértékben azonosulnak. Világot cseréltek, szellemiekben elhagyták saját társadalmukat”* (Cohen 2003a, 23).

A turisták által megszerezhető élmény összességében egy hétköznapiatól eltérő helyszínen jön létre, és mindenképpen környezetváltozással jár együtt (vö. Lengyel 2001, Michalkó 2001), éppen ezért átmeneti jellegű kiszakadást jelent (Bauman 1999), s magában foglalja a visszatérést is. A turisták törekszenek a megszerzett élmények megőrzésére, raktározhatóságára is (lásd ajándéktárgyak, szuvenírek, képeslapok, fényképek) (vö. Jungk 1980), azonban a megvásárolt jelképek értékei, értelmezései és minőségei nagyban függenek az egyén személyiségétől, műveltségétől, intelligenciájától stb. (vö. Bourdieu 1978, Puczko és Rátz 2002a, Scitovsky 1990) (Urry 2007a, 2-4).

Természetesen nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy mivel többnyire csupán egy előre meghatározott időre válunk turistává, ez hatást gyakorol a megismerés és a megszerezhető élményünk mélységére is. Bauman (1999, 2-6) turista metaforája jól szemlélteti ezt: *„a különböző tartózkodási helyek táborhelyek és nem otthonok (...). Az ember csak gyenge gyökereket ereszt a földbe – ha egyáltalán – és az ember csak felületes érintkezésbe bocsátkozik a helybeliekkel – ha egyáltalán”*.

3.2. A turisztikai szocializáció

A szocializáció, amit a szociális tanulás folyamataként értelmezünk, úgy határozható meg, mint az egyént érő hatásoknak, az ezekre való reakciók, visszahatások folyamata, ahol az egyes szocializációs közegeknek (többek között a család, az iskola, a különböző kortárs csoportok, a média

stb.) fontos szerepük van. A szociális tanulás megvalósulása széles skálán mozog, az utánzástól a céltudatos oktatásig, az informális tanulástól a formális képzésig (Cseh-Szombathy 1990). A szocializáció összességében az a folyamat, amelynek során az egyének különböző tudásokra, képességekre tesznek szert. Azt is fontos megjegyezni, hogy a különböző szocializációs közegek hatása nem független egymástól, például az iskolaválasztás függ a családi háttértől, azon belül is a szülők iskolázottságától, a kortárs csoportok pedig ezáltal az iskolától és a családtól is (Lannert 2004). Az egyes közegek egymás hatásait kiegészítik, vagy éppen ellenkezőleg, romboló hatással lehetnek a másik hatásra, azaz konstruktív és destruktív effektusokkal egyaránt számolhatunk.

Munkánk során elsősorban a család és az iskola szocializáló szerepére fókuszálunk, melyek a turisztikai kereslet alakulásában is meghatározóak. A szocializáció kérdése azért különösen fontos a turizmus során, mert az utazáshoz való hozzáállás, viszony, illetve az utazási szokások kialakulása összefüggésben áll azzal a társadalmi környezettel, amelyben felnövünk.

Az utazásra, nyaralásra való felkészítésnek a fontosságát a Turisztikai Világszervezet Manilai Nyilatkozata⁴³ is kiemelt kérdésként kezeli (UNWTO 2007b).

Család

Utasi (2002) a családot, életünk első szocializációs közegét kiemelten meghatározónak tartja. Meglátása szerint a társadalmi intézmények, közülük is elsősorban az iskola, csak módosítani képesek a domináns hatást. Megfogalmazásában a család az egyetlen olyan közösség, amelyet nem magunk választunk meg, mert az számunkra determinált. Meghatározza az életünket, még ha nem is minden választásunkat, döntésünket. Mindannak ellenére, hogy az életkörülmények változnak, és új divatok terjednek el, fogyasztási szokásaink összefüggésben állnak a szülői házban látottakkal (Cseh-Szombathy 1990).

Kutatásokból kiderül (vö. Blaskó 2002), hogy Magyarországon a kulturális tőke⁴⁴, amelyet saját munkánkban az iskolai végzettségen (vö.

⁴³ 1980-ban szervezték azt a turisztikai világkonferenciát a Fülöp-szigeteken, ahol a Manilai Nyilatkozatot elfogadták. Részlet: „A turizmusban az anyagiaknál fontosabbak a nem anyagi szempontok. Ezek lényegében a következők: az ember önmegvalósítása, kiteljesedése, állandóan bővülő művelődési lehetőség (...) az ember felszabadítása, személyiségének és méltóságának tiszteletben tartásával, a különböző kultúrák elismerése és a népek szellemi örökségének tiszteletben tartása.”

⁴⁴ A kulturális tőke az emberi tőke része, és különféle megjelenési formái vannak: az inkorporált, belsővé vált kulturális tőke, amely a családi környezettől gyermekkorban kapott tulajdonságokat

Bourdieu 1978) és a kulturális fogyasztáson (vö. Blaskó 1998) keresztül vizsgálunk, mobilizáló és reprodukciós funkcióval egyaránt bír; illetve hogy a kulturális tőke és az anyagi helyzet között determinatív kapcsolat található, különösen az iskolai végzettség tekintetében (Bourdieu 1997) (vö. Harcsa 2007).

A PISA-vizsgálatok (Program for International Student Assessment: Nemzetközi Tanulói Tudásszintmérő Program) eredményei azt mutatják, hogy Magyarországon az iskolaválasztás erősen függ a szülők iskolai végzettségétől (Szira 2007) (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002), s emellett a lakóhely is meghatározó, hiszen a kisebb településeken élő és tanuló diákok inkább tanulnak az általános iskola után szakiskolákban, mint a városban élő diákok. *„A települési lejtő megléte különösen drámaian jelentkezik a tanulók tanulmányi teljesítményeinek eloszlásában. A kistelepüléseken tanulók rendre rosszabbul teljesítenek, mint a városokban tanuló társaik”* (Lannert 2004, 50). Azonban a szülők iskolázottságát figyelembe véve, a továbbtanulásnál nem a tanulmányi teljesítmények és a település jellege közötti kapcsolat a döntő. Nem a település befolyásolja ugyanis a tanulók teljesítményeinek területi különbözőségét, hanem a lakosság egyenlőtlen iskolai megoszlása a különböző típusú települések között (Andor és Liskó 2000).⁴⁵

A reprodukciós elméletek (vö. Bourdieu 1978) hangsúlyozzák, hogy *„a kulturális fogyasztás tőkévé, kulturális tőkévé is válhat, amely több generáción keresztül is kamatozhat”* (Blaskó 2002, 5), ami viszont is igaz, mert a kulturális tőke meghatározó a kulturális fogyasztás szempontjából, hiszen ez adja meg a szükséges készségeket a kulturális termékek értelmezéséhez (Bourdieu 1978). A családi minta tehát ebben az esetben is meghatározó. A múzeumlátogatók például magasabb státusszal és magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, vagyis nagyobb mértékben birtokolják az azok interpretálásához szükséges kulturális tőkét (Richards 2003). Vizsgálatok alapján Richards Európáról azt mondja, hogy *„a magas szintű otthoni kulturális fogyasztás együtt jár a magas szintű kulturális fogyasztással a szabadság ideje alatt is”* (Richards 2003, 231), azaz a kulturális turizmusban részt vevők otthon is nyitottak a kultúra iránt. Hazai vizsgálatok szintén ugyanerre hívják fel a figyelmünket: a művészeti fesztiválok igényesebb közönsége más típusú kulturális tevékenységekben is nagyobb arányban vesz részt, többször

jelenti, ilyen például a kulturális élmények átadása; az objektívált, tárgyak formájában létező; és az intézményesült kulturális tőke, amely többek között az iskolázottságot, végzettséget foglalja magában (vö. Bourdieu 1997).

⁴⁵ Témánk szempontjából ez azért fontos, mert a lakóköznyezet urbanizációs foka és az utazásban részt vevők számaránya között korreláció figyelhető meg, amely az iskolázottságra vezethető vissza (Fülöp 2000).

járnak színházba, hangversenyre, moziba, könnyűzenei koncertekre, és több könyvet olvasnak, stb. (Hunyadi 2004), vagyis a kultúra „fogyasztása” életmódjuk részét képezi.

A turizmusban való részvétel hasonlóan jó alkalmat biztosít a kulturális attitűdök gyakorlására, s itt a kulturális tőke ugyanúgy meghatározó (Bourdieu 1978), mert *„az utazásaik során múzeumokat is látogatók aránya a társadalmi hierarchiában felfelé haladva egyre magasabb (...) Ebből következik, hogy még ha a különböző társadalmi osztályok tagjainak egyenlőek lennének is az utazási esélyei, továbbra is egyenlőtlenül áldoznának a „kulturális” turizmus oltárán”* (Bourdieu 1978, 147) (vö. Mester 2008). A kulturális turizmus alatt szűkebb értelemben olyan utazást érthetünk, melynek fő motivációja az új kultúrák megismerésére, illetve a különböző kulturális eseményeken való részvételre irányul. Tágan értelmezve azonban – a kultúra általános értelmezéséből kiindulva – a kulturális turizmus magában foglalja a fogadó közösség társadalmi jellemzőit, mindennapi életét, hagyományait stb. is (Puczkó – Rátz 2002a).

A közös családi szabadidős programoknak elsősorban a felsőfokú végzettségű szülők tulajdonítanak nagyobb jelentőséget, és ők azok, akik, példát mutatva, áldoznak is erre (Mihály 2003). A családi utazások szocializáló hatásáról Szöllös összehasonlító vizsgálatot végzett: 1986-os, illetve 2001-es adatokat hasonlítva össze. A vizsgálat során szignifikáns kapcsolatot talált a megkérdezettek utazási gyakorisága és a szülői háttér, azon belül is a szülők iskolai végzettsége között. *„Az utazási gyakoriságok, valamint a szülők kulturális tőkéjét és foglalkozási pozícióját leíró indikátorok között minden vizsgált esetben szoros korreláció tapasztalható. Erősen valószínű, hogy létezik rétegspecifikus utazási kultúra, amely áthagyományozódik generációk között, és amelynek átadásában az utazási szocializációban a családnak kitüntetett szerepe van”* (Szöllös 2005, 143).⁴⁶

A kulturális háttér áttekintése után kiemeljük a családi társadalmi tőke (vö. Bourdieu 1978, Coleman 1998, Pusztai és Verdes 2000) szerepének fontosságát a turizmus kontextusában. Magának a társadalmi tőkének a jelentősége egyrészt abban ragadható meg, hogy a tanulók, illetve családtagjaik társadalmi tőkéje hatással van az iskolai teljesítményre, ezáltal a kulturális tőkére is (Coleman 1998), ami összefügg a kulturális fogyasztással. Másrészt Coleman a fiatalok esetén az alábbi tényezőket tekinti úgy, hogy azok a társadalmi tőke hiányára vagy alacsony szintjére utalnak. Az egyik ilyen tényező a család szerkezete, azaz, hogy teljes vagy

⁴⁶ A mellékletben a magyar háztartások utazási jellemzőiről jegyzetet készítettünk.

csonka családban nő-e fel a gyermek.⁴⁷ A társadalmi tőkére hatással van a testvérek száma is, mert minél több gyermek van egy családban, annál kevesebb figyelem juthat egyre, azonban a testvérek egymást is szocializálják. Ugyanígy meghatározóak a személyes kapcsolatok, tudniillik, hogy a szülő beszélget-e gyermekével, érdeklődik-e mindennapi dolgai, továbbtanulása stb. iránt. Coleman szerint hiába rendelkezik a család magas jövedelemmel, a szülők pedig magas iskolai végzettséggel, ha alacsony társadalmi tőkével bírnak, vagyis ha a szülők nem játszanak fontos szerepet gyermekeik életében. Ekkor a kulturális tőke nem lesz elég hatékony. A magas társadalmi tőke azonban képes akár ellensúlyozni a kulturális tőke alacsony szintjét (Coleman 1998, 29). (vö. Blaskó 2002, Pusztai G. 2004).

Vizsgálódásunk szempontjából a családon belüli társadalmi tőke jelentősége abban ölt testet, hogy a család szervez-e közös utazásokat, és támogatja-e azt, hogy a gyermeke ifjú korában minél többször részt vegyen különböző táborokban, utazásokon. Nem feltétlenül csak drága, nagy kiadást igénylő nyaralásokra kell gondolnunk, hiszen egy kirándulás kevésbé függ az anyagi helyzettől, sokkal inkább értékalapú választáson múlik (Falussy 2004). Megítélésünk szerint a családon belüli társadalmi tőke azért meghatározó jelentőségű, hogy a szülők elengedik-e és/vagy támogatják-e gyermeküket abban, nyaraljon, táborozzon stb., illetve egyáltalán fontosnak tartják-e a közös családi nyaralásokat, és az ifjú önálló nyaralását – e tényezők nagymértékben befolyásolhatják a fiatalok turizmusban való részvételét.

Másrészt nem feledkezhetünk meg a testvérek szerepéről sem, ahol kiemelt fontosságúnak tekintjük az idősebb testvér jelenlétét a családban. Az idősebb testvér motiválhatja a fiatalabbat abban, hogy ő is együtt nyaraljon barátaival, vagy akár a testvérével; illetve az idősebb testvér szerephez juthat abban, hogy „kitapossa” az utat fiatalabb testvére(i) számára – így őket feltételezhetően már „könnyebben” engedik el.

Iskola

A szocializációs közegek közül az iskola hatását a turizmus viszonylatában az oktatás keretei között megvalósuló programokon (ilyen például a tanulmányi kirándulás, az erdei iskola, az iskolai tábor stb.) keresztül vizsgáljuk meg. A formális oktatás, nevelés oldaláról történő

⁴⁷ Eközben Európában a családszerkezet folyamatos átalakulása figyelhető meg, melynek a legfontosabb tényezői: a kevesebb és a későbbi időpontokban kötött házasság, a gyakoribb válás és az élettársi kapcsolatok növekvő száma, illetve a gyermeküket, gyermekeiket egyedül nevelők emelkedő száma (Vaskovics 2002; vö. Harcsa 2007).

utazásoknak a középpontjában pedagógiai tervezés áll, azaz oktatási, nevelési és rekreációs feladatot látnak el. A felsoroltak célja a valóságos környezet megismertetése a tanulókkal, hogy a diákok megismerjék hazájuk és más országok kulturális és természeti értékeit (lásd még alternatív iskolák: utazó iskolák). Személyiség- és közösségfejlesztő hatásuk is jelentős, mert ezen tevékenységek fontos előnyét a szabadidő megszervezése, a tanítási helyzeteken kívüli csoportos tevékenységek és az együttesen megélt élmények képezik. Mindezek alapozást nyújtanak a későbbi igényes, tudatos turisztikai-szabadidős döntésükhöz (vö. Michalkó 2001, Lengyel 2001), melyek azért is fontosak, mert ezeket a későbbi életükben is hasznosítani tudják (Mihály 2003). Az ilyen irányú igényt Fónai (2008) munkája is alátámasztja.

Jóllehet, a szó szerinti „turizmusban való részvételre nevelés” többnyire nem szerepel a hazai tananyagokban – hiszen az ember élete során akarva-akaratlanul is turistává válik, ami fölveti a kérdést, hogy egyáltalán turistának tekintí-e magát az egyén (vö. Bey 1996, Löfgren 2004) –, ám „környezeti nevelés” címszó alatt mégis megtalálható az iskolák pedagógiai programjában. Hiszen valamennyi pedagógiai program tartalmazza a tanulmányi kirándulások, illetve az erdei iskolák és a környezeti nevelés közötti kapcsolatot, s így közvetve, a turizmus egyes formáinak tudatosítását is. A környezeti nevelés pedig *„nem magáról a természeti vagy humán környezetről szól, hanem az ember és környezete kapcsolatáról”* (...) és a *„kettő közötti harmonikus kapcsolat, viszony pedig különböző tevékenységek során, személyes élményű gyakorlás útján sajátítható el”* (Lehoczky 1999, 18-21). A környezeti nevelés egyik célkitűzése, hogy kialakítsa a fenntartható fejlődés kialakulásához szükséges képességeket (vö. szelíd turizmus: Jungk 1980). Megjegyezzük, hogy a Turisztikai Világszervezet már 1983-ban figyelmeztetett a turizmusnak a környezetre gyakorolt lehetséges káros hatásaira (vö. Lengyel 2001, Horváth 1998, Rátz 1999), és az ezzel kapcsolatos oktatás-nevelés szükségességére (Süveges 2007).

A többször módosított közoktatási törvény is hangsúlyozza a környezeti nevelés fontosságát az iskolákban. Felmérés is készült arról, hogyan valósul meg a gyakorlatban az iskolai környezeti nevelés. A Vargáék (2009) által készített kérdőíves kutatásban száz közoktatási intézményt kérdeztek meg a témával kapcsolatban. A kérdőívben arra kérték a pedagógusokat: sorolják fel iskolájuk azon tevékenységeit, melyek a környezeti nevelést érintik. Megállapítható, hogy a gyakorlatban is az erdei iskolák, szakkörök, táborok és kirándulások számítanak a leginkább jellemző tevékenységeknek.

Az intézményi keretek között megszervezett utazásokról⁴⁸ elmondható, hogy a diákok legnagyobb része szereti az iskolai kirándulásokat, legtöbbjük az egy- és többnaposakat egyaránt. A megkérdezettek mindössze négy százaléka mondta azt, hogy nem szeret utazni. Az iskolai szervezésű utak azért különösen fontosak, mert akiknél anyagi okok vagy egyéb okok miatt nincs mód a családi közös utazásokra, azoknál az iskolai kirándulás lehet az egyetlen lehetőség arra, hogy a tanuló utazás iránti igénye kialakuljon. Az iskolai utak során a kirándulások/utazások célját az esetek nagy részében a tanárok, diákok és a szülők közösen döntenek el. Az esetek egyharmadában döntenek csak a diákok, hasonló arányban csak a tanárok, és mindössze három százalékban mondják meg a szülők, hogy hová menjenek a tanulók. Az egynapos kirándulások úti célja az esetek több mint felében egy-egy város, többnyire Budapest; ezen kívül hegyvidéki, természetvédelmi területeket, falvakat és vízpartokat keresnek fel az osztályok. A többnapos (leggyakrabban 2-3 napos) kirándulásoknál Budapest szerepe kisebb, az utazás többnyire más városokba, illetve természeti területekre (hegyvidék, nemzeti parkok, vízpart stb.) irányulnak (Mester 2008, 8-10).

Németországban megfogalmazódtak azon kívánalmak is, miszerint az iskoláknak a diákokat a jövőben jobban fel kell készíteniük a turizmusra, és a turizmuselmélet új tantárgyként való bevezetését javasolták (Günter 1993). Hasonló kezdeményezés az American Express Vállalat ötlete – Magyarországon kívül még nyolc másik országban – amely nálunk az Iskolafejlesztési Alapítvány közreműködésével jelent meg: az „*Utazás és Turizmus*” tantárgy. Ez a középiskolák utolsó két évében heti négy órában tanítható közismereti tárgyként, központilag akkreditált érettségi tárgy formájában. Az „*Utazás és Turizmus*” program célját képezi egyrészt, hogy segítse a fiatalokat abban, hogy kulturált és igényes turistákká váljanak, másrészt a turizmus rendszerével és szemléletével kívánja megismertetni a középiskolásokat.⁴⁹

Ne feledkezzünk el azokról a tanulókról sem, akik tanult szakmájukból, és szakiskolájuk vagy szakközépiskolájuk profiljából adódóan (vendéglátóipar, szállodaipar stb.), már középiskolás éveik alatt megismerkednek a turizmus rendszerével, a keresleti-kínálati oldallal. Az iskola és az ott tanultak feltehetőleg hatást gyakorolnak a turizmushoz való

⁴⁸ A Felvételi Információs Szolgálat adatfelvétele alapján, 2005. szeptember és 2006. augusztus közötti időszakra vonatkozóan (Mester 2008).

⁴⁹ Magyarországon a 2007/2008-as tanévben közel 1500 tanuló tanulta a tárgyat, 2009 márciusában a honlapon negyvenhárom iskola szerepelt, tehát szinte minden megyében található legalább egy iskola, ahol tanulható ez a tárgy. (Bővebben: www.ifa.hu)

hozzaállásukra, amit az is alátámaszt, hogy az Országos Képzési Jegyzékben szereplő egyes szakmáknak a szakmai és vizsgakövetelményében található feladatprofilja és különböző kompetenciái a kulturált és igényes turistává, illetve vendéglátóvá válást is célul tűzik ki.

Érdemes szót ejteni arról is, hogy jóllehet a környezeti nevelés már az iskolás kor előtt elkezdődik, és a tanulók környezeti szemléletét, értékrendjét, viselkedését a családi minta befolyásolja, nem feledkezhetünk meg arról a hatásról sem, hogy akár a család is tanulhat az iskolától, azaz a gyermek is ösztönözheti a szülőt, az iskolában hallottak, tanultak hatására a környezettudatos magatartásra.

Média

A tömegkommunikációs eszközök szintén fontos szocializációs közegek, sőt a fiatalok körében egyre erőteljesebb hatással bírnak. Az internet használata a fiatalok életének már természetes velejárója, mi több, mára a világháló egyértelműen fontosabbá vált a fiatalok számára, mint például a televízió. A fiatalok több mint egyharmada hétköznaponként legalább három órát tölt internetezéssel (Ságvári 2009).

A fő kérdés az, hogy mire használják, milyen tartalmakat töltenek le, milyen honlapokat néznek meg, és hogyan tudnak különbséget tenni az egyes információk között, azok megbízhatósága és mondanivalója alapján.

Témánk aspektusából kiemelt jelentőséggel bír, hogy az interneten számos olyan honlapot találhatunk, amelyek akár egy kirándulás, vagy egy nyaralás összeállításához adhatnak jó ötleteket és tippeket, ezen kívül a különböző utazásszervezők és szálláshelyek weboldalai is segítséget nyújtanak egy utazás megtervezéséhez, előkészítéséhez.

Az ifjú korosztály a televízió előtt is meglehetősen sok időt tölt el (Vajda 2008). Ráadásul a televízió által nyújtott értelmezési keret nem feltétlenül reális, hiszen a piac szándékainak alárendelt. Ezért a fiatalokra különösen oda kell figyelni, mert ők kellő tapasztalat híján még könnyebben befolyásolhatóak (vö. Jakab 2007). Jól példázza ezt az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT 2007) kutatása, amelynek célja az volt, hogy feltárja: az országos sugárzású kereskedelmi tévécsatornákon futó valóságshow-k milyen hatással vannak, lesznek, lehetnek a fiatalok életére. A vizsgálat során arra voltak kíváncsiak, a fiatalok szerint hogyan viselkednek a valóságshow résztvevői. A megkérdezettek jellemzőnek ítélték, hogy a szereplők úgy viselkednek, mint egy baráti körben eltöltött hétvégén, vagy egy üdülés során, azaz a „laza életmódot” a kikapcsolódással, illetve a nyaralással azonosították.

Az említett destruktív hatások mellett számos építő hatással is találkozhatunk. Témánk szemszögéből fontos kiemelni a műsorkínálatból azon műsorokat, magazinokat (Főtér, Kalandozó, MeneTrend stb.) is, amelyek az utazásra buzdítanak, ösztönöznek. Említésre méltóak még a különböző ismeretterjesztő csatornák műsorai is. Természetesen felmerülhet a kérdés, hogy a középiskolások körében ezek a műsorok mennyire népszerűek, mennyire nézettek.

Kortárscsoportok

A kortárscsoportok hatását azért is nehéz mérni, mert egy iskolán, egy tanulóosztályon belül a programtípusnak megfelelően szelektált társasággal találkozunk (vö. Lannert 2004). Azonban a fiatalok egymás között, egymás előtt más értékeket tarthatnak fontosnak, mint az iskola, akár fitogtatásból, akár elutasításból, stb. választják ezeket (vö. Scitovsky 1990). (A kortárscsoportokkal a fiatalok szabadidős és fogyasztási szokásainak vizsgálatakor foglalkozunk részletesebben.)

A szocializáció közegeiről összefoglalva elmondható, hogy a szocializáció komplex folyamatára a családon belüli hatás mellett egyre erősebben hatnak a családon kívüli kapcsolatok (kortárscsoportok) és a média – olykor akár destruktív (vö. deviáns szabadidő eltöltés) (Kiss 2006).

3.3. A turizmus személyiségépítő, tudásgazdagító hatása

Munkánk során a szabadidőben történő utazásokat vizsgáljuk. Fontos szerepet tulajdonítunk a turizmus személyiségépítő, tudásgyarapító hatásának, és ezt elemezzük a fiatalok körében.

Kiindulópontként először is különbséget tehetünk a tanulás formalizáltsága szerint: formális, nem-formális és informális tanulás között. Az egyes fogalmak elkülönítéséhez Komenczi Bertalan (2001) és Tót Éva (2002) tanulmányát használtuk fel. A formális tanulás az oktatási rendszer keretein *belül* történik, az erre a célra létrehozott intézményekben. Rendszerint a tudás megszerzését igazoló hivatalos elismeréssel (diploma, bizonyítvány) zárul, azaz valamilyen végzettséget ad, intézményes keretek között. A nem-formális tanulás az iskolarendszeren *kívül* oktatást-képzést foglalja magában, amely képzettséget nyújthat, és általában nem zárul végzettséggel. Ide tartoznak például a munkaerő-piaci tréningek, szakmai továbbképzések, civil szervezetek, művészeti és sportegyesületek szervezésében történő képzések, tanfolyamok stb., és ide sorolhatjuk a

különböző művelődési alkalmakat is a kulturális intézményrendszer kínálatán keresztül, amennyiben azok célja ismeretbővítés és a képességek, illetve a személyiség fejlesztése. A szervezettség és az irányítotttság a formális és a nem-formális tanulásra egyaránt jellemző. Az informális tanulás az egész életünk során jelen van, amikor az egyén különféle tapasztalatokat, értékeket és tudásokat sajátít el mindennapi tevékenységei során, ebből következően a turizmusban való részvételkor is. Felmerülhet a kérdés, hogy az ilyen módon történő tanulás mennyiben tudatos tevékenység eredménye (vö. Komenczi 2001), és látható, hogy a tanulás akár észrevétlenül is végbemehet. Más szerzők mellett Benedek András (2007) is kiemeli, hogy az informális módon történő tanulás bárhol megvalósulhat, illetve, hogy jellegéből adódóan rugalmasság jellemzi; és hangsúlyozza a család és a kortárs csoportok, valamint az infokommunikációs eszközök szerepét. Így akár ügyeink intézésekor, beszélgetéseinkkor, interperszonális kapcsolataink stb. során is tanulunk – következőképp turistaként is. Sokszor azonban még a nem-formális és az informális terület közötti határvonal meghúzása sem egyszerű: néhány szerző ugyanazon jelenség keretében értelmezi a kettőt, mások csak az egyik terület létezését ismerik el (Rubovszky 2002).

A szabadidőben történő tanulás egyre inkább a figyelem középpontjába kerül, amit az is mutat, hogy a hazai kutatók is egyre nagyobb mértékben foglalkoznak a téma kutatásával. Több hazai tanulmányban találkozhatunk a tanulás formalizáltság szerinti fogalmának meghatározásával és pontosításával (vö. Komenczi 2001, Csoma 2003b, Benedek 2007, Tót 2007), illetve annak mérhetővé tételére való törekvéssel (vö. Csernyák – Janák – Zaláné 2004, Pordány 2006, Török 2007, Forray és Juhász 2008b). Ennek oka, hogy egyre többen kezdenek el mindenfajta szabadidős tevékenységet meghatározó jelentőségűnek tekinteni a személyiségfejlődés és a kompetens tudás szemszögéből (Mihály 2003). Coombs már 1969-ben megjelent tanulmányában az egész életen át történő tanulás fontosságára hívta fel a figyelmet; vagyis arra, hogy „*az egyén egész élete során képessé váljék a környezet változásaira való adekvát reagálásra*” (Coombs 1969, 18). „*A környezethez való alkalmazkodás eszköze*” pedig a tanulás, ami a későbbiekben (mindennapi tevékenységeink során) a személyes fejlődés ösztönzője is (Durkó 2002). Munkánkkal a szabadidőben történő tanulás vizsgálatához a turizmus kontextusával kívánunk hozzájárulni.

A tanulás a téma aspektusából fakadóan javarészt a mindennapi életben használható tudások, kompetenciák felől ragadható meg. A tanulás azon meghatározásait vesszük alapul, amelyek a szabadidő-eltöltéshez kapcsolódóan értelmezik a jelenséget. Egyik megközelítés szerint „*a*

tanulásnak ez a formája nem szükségszerűen tudatos, illetve szándékos, az elsajátított tudás gyakran nem elismert tevékenységek „melléktermékeként (byproduct)” alakul ki. Aki ilyen módon tanul, gyakran észre sem veszi, hogy tanul, hogy megszerzett valamilyen tudást vagy kompetenciát” (Komenczi 2001, 126), vagyis nem feltétlenül tudatos tanulásról van szó. A szabadidőben történő tanulás vizsgálatakor nem hagyhatjuk figyelmen kívül az autonóm tanulás kérdését sem. Értekezésünkben Forray és Juhász értelmezéséből indulunk ki, akik az OTKA⁵⁰ kutatásukban az autonóm tanulást úgy értelmezik, hogy „a tanulást saját maga kezdeményezi a tanuló (...) utánajár olyan dolgoknak, amelyekre nem jól emlékszik, ellenőrzi meglévő ismereteit, felfrissíti korábban megszerzett tudását saját elhatározása alapján. Ez az autonóm tanulás éppúgy kapcsolódhat (...) a hobbiához és a közvetlen mindennapjaihoz, legyen szó akár az öltözködésünk megújításáról, akár egy új recept kipróbálásáról” (Forray és Juhász 2008b, 66). Az „autonóm tanulás” meghatározás magában foglalja, hogy ez esetben nem véletlenszerű, hanem tudatos, szisztematikus tanulásról, illetve olyan önálló tevékenységről van szó, melynek egyik jellemzője az önirányítottság – hiszen a szabadidőben történő tanulás akár észrevétlenül is végbemehet (vö. Komenczi 2001, Tót 2002). Cserné (2000) felhívja a figyelmet arra, hogy az önirányított és az önálló tanulást gyakran szinonimaként használják, holott az önálló tanulás történhet külső irányításra is. Nemegyszer a különböző adatgyűjtésekben is keverednek a tanulás tudatos, szándékos formái a véletlenszerű tanulási helyzetekkel, ezért ezek értelmezése, pontosítása további elemzéseket igényel (Pordány 2006). Az értelmezésnél munkánkban mind a tudatos ismeretszerzést (vö. Forray és Juhász 2008b), mind az egyes tevékenységek „melléktermékeként” (vö. Durkó 1999, Komenczi 2001) megjelenő tanulást relevánsnak tartjuk.

Témánk felől, a turizmus és a tanulás aspektusából elmondhatjuk, hogy vizsgálódásunk során találkozhatunk a nem-formális és az informális módon történő tanulási lehetőséggel is, amennyiben elfogadjuk, hogy a kulturális turizmus, a kulturális események, kulturális intézmények kínálta művelődési lehetőségek, vagy például a szervezett idegenvezetés a nem-formális tanulóhoz sorolható, hiszen az irányítottság és a szervezettség esetükben is érvényes, míg az informális tanulásra az jellemző, hogy nem rendszerszerű, és nem feltétlenül strukturált (Tót 2002).⁵¹

⁵⁰ „A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekcións elköteleződés” című OTKA kutatás. (OTKA nyilvántartási szám: K63555)

⁵¹ Az egyes területek közötti átjárhatóságot és nehezen definiálhatóságot mutatja, hogy más szerzők (Csernyák – Janák – Zaláné 2004) például az informális módon történő tanulásnál vizsgálják a kulturális intézmények látogatását.

Amennyiben a tanulásról Durkó „permanens művelődés”-rendszerében gondolkodunk, a spontán, véletlenszerűen végbemenő formálódástól a tudatos önnevelés megvalósulásáig köztes szintként a regeneratív-szórakozva művelődés különíthető el, melybe beletartozik a rekreáció (pihenés, testedzés stb.), a szórakozás (társas együttlét, játékon keresztül stb.), a szórakozva-művelődés (művészeti produkció és reprodukció, technikai öntevékenység, gyűjtés stb.) és az informálódás (főként sajtón, rádión, televízión teljesül) is (Durkó 1999). A regeneratív-szórakozva művelődés sajátossága, hogy az egyén a végzett tevékenységet még nem céltudatosan, az önfejlesztés érdekében végzi, azonban a szellemi tevékenységhez járulékosan fontos személyiséget építő hatások kapcsolódhatnak, ezért nemcsak a szórakozás, hanem a személyiség gazdagodása is megjelenhet. Megítélésünk szerint a turizmus a regeneratív-szórakozva művelődés egyik formájának tekinthető, hiszen eközben is jelentősen változhat az ember: gazdagodik, fejlődik, akár észrevétlenül.

Az önnevelés, Durkó szerint az emberi tanulás egyik speciális esete: ő a tevékenységek végzése közben megvalósuló fejlődést nevezi így. A fejlődést három lényeges tényező határozza meg: az öröklöttség, a szerzett tudás, és a külső kihívásokra történő válaszképesség, amely az önnevelésre való szándékot különösen is befolyásolja (Durkó 2002), s ez egyben az élethosszig tartó tanulás minőségének egyik kritériuma. Az iskolarendszerű oktatás annyiban kap szerepet, hogy képes-e eredményesen felkészíteni a tanulókat a tanulás elsajátításának képességére, azaz az egész életen át tartó formális, nem-formális, informális tanulásra (vö. Harangi 2004). Maga a fejlődés pedig függ az élettapasztalattól és az előzetes tudástól, mert ezek egyfajta szűrő szerepet töltenek be, mely bírhat erősítő, módosító, vagy éppen akadályozó funkcióval (Durkó 2002). Az önnevelés forrása pedig nem más, mint a motiváltság, a belső motiváció, amit Durkó (1984) kutatási eredményeivel igazol.

Abból kiindulva, hogy a turizmus során az ifjú korosztály a mindennapitól egy eltérő tapasztalati helyzetben találja magát, a turizmus az önnevelés kontextusában úgy is felfogható, hogy lehetséges terepet nyújt a személyiség további fejlődésének, a tapasztalaton alapuló ismeretszerzésnek (vö. Éles 2007).

A különböző tanulással kapcsolatos elméletek különféle tényezők fontosságát hangsúlyozzák a tanulási folyamat során. Az asszociációs elmélet például a kapcsolatokat tartja fontosnak – ezt az elméletet elsősorban Herbart nevével jegyzik – Skinner operáns kondicionálási elmélete az egyént érő külső ingerek és a személyiség válaszképessége közötti kapcsolatot emeli ki, azaz az ingerek és a válaszok kapcsolódási

folyamatait, a kommunikációelmélet pedig a tanulás kód-természetét hangsúlyozza, amely társadalmilag meghatározott (Csoma 2008). Durkónál (2002) a tanulás nem más, mint tapasztalás, ismeretszerzés, viselkedésmódok és cselekvések elsajátítási folyamata stb.

Kiemeljük Jarvis teóriáját (2003, 10), aki a tanulás folyamatán belül mind a tapasztalatnak, mind a szituációnak nagy figyelmet szentel, és azzal érvel, hogy *„az emberi tanulás különböző folyamatok együttese, ezért az egyének epizodikus tapasztalatokat alakítanak át kognitív, fizikai és érzelmi outputtá, majd ezeket integrálják saját életükbe. Az ember teljes mivoltában kerül egy szituációba, az egyének teljes tapasztalati háttérüket, életútjukat beviszik ebbe, és ez hatással van arra, hogy miként szemlélik azt. Szemléletüket befolyásolja az is, hogy milyen a társadalomban, a szervezetben stb. elfoglalt helyük, amely lehet hierarchikus, periférikus, vagy mindkettő stb.”* Előtérbe helyezi az egyéni tapasztalatok fontosságát, s állítja: ez a tapasztalat az, melynek megszerzése során az egyén megtanul, vagy nem tanul meg valamit. Polányi szintén (1994) számos érvet sorakoztat fel amellet, hogy minden emberi tudás személyhez kötött, vagyis a szubjektum akarva-akaratlanul rányomja a maga jegyét mind a tudás tartalmára, mind pedig a formájára.

Jarvis (2003) tanulásról szóló elméletét egybevetve a turisztikai élményszerzés modelljével (Puczkó és Rátz 2000) megállapíthatjuk, hogy a modell elvében hasonlít Jarvis (2003) tanuláselméletéhez, mert az élményszerzés is magában foglalja a személyes, társadalmi és fizikai aspektusokat. A személyes kontextus az egyén előzetes tudását, ismereteit, észlelési képességét, motivációját, korábbi tapasztalatait stb. foglalja magában, a társadalmi kontextus pedig a látogatás társadalmi kapcsolatrendszerére utal. A társadalmi kontextus egyrészt úgy is értelmezhető, hogy az egyének a társadalomban betöltött szerepüket, és azt a környezetet is *„magukkal viszik”*, amelyben élnek és szocializálódtak/szocializálódnak, másrészt az attrakciókat az egyén általában csoportokban, családdal vagy társasággal keresi fel. A fizikai kontextus pedig az attrakció fizikai megjelenését, körülményeit, környezetét foglalja magában, amely az általa sugárzott érzéseken keresztül befolyásolja a látogató élményszerzését (Puczkó és Rátz 2000). Schulze ezt úgy szemlélteti, hogy *„az élmények egy szinguláris belső univerzumban jönnek létre. Bármilyen történjék is itt és most, az esemény (...) csak egy már létező szubjektív kontextusban tud élménnyé válni”* (Schulze 1992, 44). Vagyis a turisták egy előzetes képpel érkeznek a meglátogatandó területre, melyet társadalmi környezetük, szocializációjuk, korábbi élet- és különösen utazási tapasztalataik alapján alakítottak ki, *„ezért a turista élménye mindig viszonyítás tárgya: a korábban máshol szerzett tapasztalat fényében értékeli a látottakat”* (Mayer 2000, 80).

A fentiekből következik, hogy a tanulást tág és szűk értelemben is görcső alá vehetjük. Az általunk tagként definiált tanulást úgy elemezzük, mint a személyiségfejlődésnek fontos eszközét, amin egyrészt a személyiség gazdagodását értjük, másrészt a különböző személyi és szociális kompetenciák bővülésének, fejlődésének lehetséges terepeként vizsgáljuk a turizmust, figyelembe véve az előzetesen megszerzett tapasztalatokat és tudást is. A tanulásnak ez a formája nem jelent szükségszerűen tudatos, illetve szándékos tanulást.

Az utazás személyiségformáló, építő hatásait a Turisztikai Világszervezet 1980-as Manilai Nyilatkozata is kiemeli, az ember önmegvalósítására, kiteljesedésére és művelődésére kínáló lehetőségként (UNWTO 2007b).

Meglátásunk szerint a fiatalok esetében a nyaralás kifejezetten lehetőséget kínál az önmegvalósításra, s ebben rejlik az egyik legjelentősebb különbség a fiatalok és a felnőttek nyaralása között. A fiataloknál a személyes motivációk dominánsabb szerepet játszhatnak, mert számukra feltehetően nem a hétköznapiakból való kiszakadás az elsődleges motivációs szempont, hanem sokkal inkább egy további forrás a kibontakozásra. A fiataloknál ugyanis a nyaralás nem csupán „a mindennapoktól eltérőt” jelent, hanem egy döntő lépést is a felnőtté válás folyamatában, s ezáltal a nyaralás különböző lehetőségeket nyújt számukra az önismeretre (Hartmann 1981). Hasonlóan vélekedik Éles (2007, 111), aki szerint *„az utazás az önmegismerés egyik izgalmas terepe”*, Löfgren (2004, 214) pedig a nyaralást *„kultúra laboratóriumának”* tekinti, *„ahol az emberek kipróbálhatják identitásuk, társadalmi kapcsolataik vagy a természethez fűződő kapcsolataik új mintáit, ahogy azt is, hogy miként használják az álmodozás és gondolatbeli utazás fontos kulturális képességeit”*.

Amennyiben az utazás általános jellemzőjeként elfogadjuk annak személyiségépítő hatását, ez még inkább érvényesnek tekinthető a kulturális utazásokra (Fülöp 2000). Ebből az is következik, hogy az utazás személyiséget gazdagító lehetőségét nagymértékben befolyásolja a választott utazás típusa (vö. a turista tipológia, Fekete 2007), és az utazás ideje alatt rendelkezésre álló szabadidő felhasználásának mikéntje. Az egyén választását meghatározza többek között saját műveltségi színvonala, kulturális tőkéje (vö. Bourdieu 1978, Hunyadi 2005), érdeklődési köre, motivációja (vö. Kolakowski 1998, Braun 1993, Fekete 2007), illetve az új dolgok megismerése iránti igénye (vö. Plog 1991, Cohen 2003a) stb., egy szóval: egész személyisége (Fülöp 2000).

A kompetencia fogalmával napjainkban egyre több szerzőnél találkozunk (vö. Csapó 2005a, Molnár 2006, Török 2007, Vári et al. 2002,

Zsolnai 1998). Munkánk szellemiségéhez közel áll Csapó (2002) gondolatmenete, akinél a kompetencia a tudás azon szegmensét jelenti, melynek az elsajátítása természetes közegben, a mindennapi tapasztalatok során történik és egyfajta általános tájékozottságot (mindennapi életben való eligazodás, összefüggések átlátása és alkalmazható tudás stb.) is jelent (Csapó 2002).

A turizmusban való részvétel szintén alkalmat adhat a különböző kompetenciák fejlődésére, bővülésére, ilyen kompetenciák például a helyzetnek megfelelő viselkedés, a konfliktuskezelés, az önálló-, mérlegelő döntéshozás, az önmagunkról mint „csapattagról” való gondoskodás, az önismeret, a kommunikáció, az önálló információgyűjtés és annak alkalmazása, a véleményalkotás, a szervezőkészség, az együttműködés, a pénzzel való gazdálkodás stb. (vö.: „Utazás és Turizmus” tantárgy kompetencia listája). A felsorolt kompetenciákról megállapíthatjuk, hogy a „szelíd” turistával szembeni elvárások szintén ezen készségeket, jártasságokat emelik ki (vö. Jungk 1980).

Ferge Zsuzsa (1976) különböző tudások között tesz különbséget, megkülönböztetvén a hétköznapi tudást az ünnepi tudástól és a szaktudástól. Az ünnepi tudás elsősorban művészeti és tudományos ismereteket foglal magában, a szaktudás főként a munkavégzéshez kapcsolódik, míg a hétköznapi tudás mindazon tudásokat jelenti, amelyek a mindennapi élethez kapcsolódnak, s elsősorban gyakorlatias tudást jelentenek. A hétköznapi tudást egy előzetesen rendelkezésre álló információhalmazként is értelmezhetjük, amely ahhoz szükséges, hogy képesek legyünk az újabb információk feldolgozására. Egy utazás során is számos tapasztalat ér bennünket, és környezetünkben minden új és váratlan jelenség felkeltheti a figyelmünket, illetve növelheti az aktivizációs szintünket, azonban az új információkat csak akkor tudjuk hasznosítani, ha képesek vagyunk azokat megérteni. Természetesen felmerülhet a kérdés, mennyire merevek a határok az egyes tudások között, hiszen mindegyik többféle összetevőből áll össze, és különböző készségeket foglal magába (Csoma 1998, vö. Tót 2007).

Mivel a „turista szerep” eltér a „mindennapi”-tól (vö. Cohen 2003a), turistaként feltehetően még inkább szükségünk van arra, hogy el tudjunk igazodni „a világban”, még ha turistává csak egy előre meghatározott időre is válunk.

A gyakorlatban, a mindennapi életben alkalmazható tudás fontosságát a PISA nemzetközi mérései is egyre inkább kiemelik. A 2003-as felmérés során a problémamegoldó képességet állították a középpontba, s a vizsgálat célja az volt, hogy megállapítsák, mennyire felkészültek a felmérésben részt

vevő országokban a tizenöt évesek arra, hogy megállják helyüket a mindennapi életben. Az eredmények nem túlságosan biztatóak (Molnár 2006). Éppen ezért fontos, hogy a formális oktatás a tanulás elsajátításának képességére is felkészítse a tanulókat, annak érdekében, hogy képesek legyenek különféle problémák megoldására (Harangi 2004).

Megítélésünk szerint, amennyiben a tanulásnak nem az *„akadémiai tudásgyarapítás a célja, hanem a személyiség és az érettség fejlesztése az aktív tapasztalatszerzés folyamatán keresztül”*, akkor az a mindennapi életbe ágyazottan lehet a legeredményesebb (Hahn 1986, 20). Ráadásul ezen tapasztalatok/megtapasztalások a legkülönbözőbb szociális kompetenciák fejlődésére is hatással vannak. A hatékony tanulás nélkülözhetetlen eleme az élmény – melyet itt a turistaélményeken keresztül vizsgálunk – és a személyes tapasztalat, amihez a reflexió is hozzátartozik (Kolb 1984).

A következőkben az általunk szűkebb értelemben vett tanulást elemezzük a turizmus kontextusában. Figyelembe kell vennünk azt a korlátot, hogy ennek a mérése nem egyszerű. Nem véletlen, hogy mindazon kutatások, melyek a szabadidőben megvalósuló tanulást vizsgálják, inkább *„a tanulás módjára és az igénybe vett eszközökre összpontosítanak, és kevésbé vagy egyáltalán nem az azok használata révén megszerzett tudás tartalmára, jellegére, alkalmazására”* (Pordány 2006, 29). A KSH 2003. évi statisztikai kérdőívében (Csernyák – Janák – Zaláné 2004) többek között azon keresztül mérték a tanulást, hogy az egyén milyen önálló tanulással bővítette tudását az elmúlt 12 hónapban, azaz tanulmányozott-e könyveket, szakfolyóiratokat, egyéb nyomtatott dokumentumokat, használta-e a számítógépet és az internetet; látogatott-e könyvtárat, egyéb kölcsönző intézményt felkeresett-e, illetve kulturális intézményeket (múzeumot, bemutatótermet)? Válaszlehetőségként mindössze az igen és a nem szerepelt. Forray és Juhász (2008a) az autonóm tanulásra vonatkozó kérdőíves vizsgálatukban a tanulást szintén különböző tevékenységeken keresztül vizsgálták, ahol (többek között) a szabadidős és a kulturális tevékenységeknél is rákérdeztek arra, hogy tanult-e azokon keresztül az egyén valamit egyedül, vagy családtagjaival együtt valamit – saját megítélése alapján. A vizsgálat konkrétan a tanulás kifejezést használta, és a felmérés a tudatos tevékenységekre irányult.

Az említett kutatásokat (Csernyák – Janák – Zaláné 2004, Forray és Juhász 2008a) kiindulópontként használtuk, így munkánkban a tanulást szűken értelmezve az utazás megszervezéséhez szükséges információgyűjtésen, az azzal való előzetes foglalkozáson, illetve az utazás alatt végzett tevékenységeken keresztül vizsgáljuk. A tevékenységek

vizsgálatakor kiemelt szerepet szánunk a kulturális tevékenységeknek (múzeumok, műemlékek látogatása stb.) (vö. Durkó 1999).

Mind a szándékos (vö. Forray és Juhász 2008a), mind a nem szükségszerűen tudatos (vö. Komenczi 2001) tanulást relevánsnak tartjuk. A szándékos tanulás irányulhat új ismeretek megszerzésére vagy a meglévő tudások felelevenítésére (amikor az egyén felidézi a már tanultakat, vagy teljesen új kontextusba helyezheti azokat). A tanulás akár észrevétlenül is végbemehet, „*magáról a tanulásról tudomást sem véve*” (Csapó 2005a, 8) (vö. Komenczi 2001).

A turizmusban való részvétel, a turistává válás folyamata az utazási előkészületekkel kezdődik. Ide tartozik például az információgyűjtés és annak a feldolgozása. Az előkészületek fajtája szerint, Cohen (2003a) már említett kategóriái alapján különbséget tehetünk a szervezett utazáson és az egyénileg megszervezett utazáson résztvevők között (előbbiek azok, akik utazásszervezőkre⁵² bízák magukat, és nincs további igényük a felkészülésre/rákészülésre, utóbbiak pedig azok, akik maguk is részt vesznek útjaik megszervezésében).

„*Az internet és a turizmus ideális párosításnak tűnik, hiszen az utazási döntés meghozatala és az utazás megszervezése során rengeteg információt kell összegyűjtenie ahhoz, hogy egy olyan termék (csomag) vásárlásáról döntsön a turista, amelyről a leggyakoribb esetben a vásárlás előtt nincsenek korábbi tapasztalatai*” (Török 2002, 16-22). Az internet gyakran emlegetett előnye, hogy szinte korlátlan mennyiségben áll rendelkezésünkre az információ és az ismeretanyag (Vajda 2008) – ezért az sem mellékes, hogyan igazodunk el benne. A világhálón való tudásbővítés lehetőségeire és szerepére Komenczi (2001, 123) is felhívja figyelmünket, mert „*a könyvre alapozott információszerzést egyre inkább kiegészíti vagy akár felváltja a média, azon belül is az internet. A számítógépek iskolai és otthoni elterjedése különösen fontossá teszi az informális tanulás „beszámítását”, hiszen a tanulásnak ebben a legősibb, természetes formájában hatalmas tartalmak jelennek meg, amelyek a tanítás és tanulás megújulásának forrásai lehetnek*” (vö. Vajda 2008).

Megítélésünk szerint éppen ezért nem csupán azt érdemes vizsgálni, hogy valaki használja-e az internetet, hanem azt is, milyen célra használja. Nagy (2006) a fiatalok körében három markáns felhasználói típust határoz meg. A rekreációs típus az internetet elsősorban szórakozásra, kapcsolódásra, letöltésekre és játéktevékenységekre használja (zeneszámok, filmek és szoftverek letöltése). Az információszerző-

⁵² Az utazási irodáknak a napjainkban egyre inkább terjedő, és a köztudatban is egyre ismertebbé váló internetes utazási szolgáltatások jelentős konkurenciát jelentenek.

erőforrásbővítő felhasználói típus kapcsolatot tart és informálódik, az instrumentális-üzleti felhasználói típus pedig eszközként, főként online bankoláshoz, hivatalos ügyek intézéséhez, illetve az online vásárláshoz alkalmazza. Amennyiben Nagy felosztásából indulunk ki, esetünkben az információszerző-erőforrásbővítő és az instrumentális-üzleti felhasználói típus lesz az, aki az utazása előkészítéséhez is használni fogja az internetet.

A felhasználói típusok összefüggésbe hozhatók a „tömegturista” és a „szelíd turista” fogalompárjával is. Míg a tömegturista az internetet feltehetően legfeljebb szórakozásra, kikapcsolódásra használja, addig a szelíd turistáról már feltételezhetjük, hogy az utazása előkészítéséhez is igénybe veszi a világhálót. A tömegturistával szembeni kritikák is kiemelik (vö. Jungk 1980), hogy a tömegturista a kényelemre hagyatkozva – „mások majd megoldják helyettem” – nem feltétlenül keres (új) információkat, azonban vele ellentétben az egyéni, „szelíd” turistáról már feltételezhetjük, hogy utazása előtt beszerez információkat a felkeresni tervezett területről, ahol nemcsak a praktikus, hasznos részletekre vonatkozó, de a célterület környezeti, kulturális sajátosságaira is kiterjedő információkat keres (vö. Jungk 1980). Napjainkban az egyes országok, desztinációk jellemzőiről és általános információiról már számos honlapon keresztül tájékozódhatunk, és az egyes kínálati elemek is összehasonlíthatóvá váltak. Az is megállapítható, hogy az online foglalások gyakorlata egyre inkább terjedőben van, s számuk megsokszorozódott az elmúlt évekhez képest. Ma már nem számít újdonságnak, hogy egyes cégek szinte csak a világhálón érhetők el, és több légitársaság helyfoglalásai (Easy Jet, Wizz-Air stb.) az interneten tehetők meg. Azonban az egyéni utazásszervezés egyfajta tudást, jártasságot előfeltételez, egyrészt amiatt, hogy a számos információ között megtaláljuk a számunkra fontosat és szükségeset, illetve, hogy el tudjunk igazodni az információk között úgy, hogy képesek legyünk egy utazást előkészíteni, megszervezni (vö. Vajda 2008).

A fiatalabb korosztályok életéhez a világháló használata ma már szervesen hozzátartozik, feltehetően az utazási előkészületeiknél is nyomon követhető annak a használata.

Az eredmények⁵³ azt igazolják, hogy a kulturális tőke és a világháló igényesebb felhasználása között pozitív kapcsolat van. Nagy (2001)

⁵³ A Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumának támogatásával 2001. április-májusában az ország hét kisvárosának (Kőszeg, Sopron, Tapolca, Kiskunhalas, Hatvan, Biharkeresztes, Vásárosnamény, minden esetben egyenlő arányban gimnazistákat, szakközépiskolásokat és szakmunkástanulókat) összesen 1102 fő 9 és 11. osztályos tanulóját kérték meg egy-egy kérdőív kitöltésére, többek között szabadidős tevékenységeikkel, olvasási-, könyv-, könyvtár- és számítógép használati szokásaikkal kapcsolatban (Nagy 2001).

kutatásában az objektívált kulturális tőke egyik mutatóját, az otthoni könyvek számát, a könyvtárhasználati szokásokat vetette össze az internet különböző szintű használatával. A számítógép és az internet használatánál a gyakorlat és a rutin szerepe sem elhanyagolható. Mérő (2001, 44-55) percepciók kísérletei során laboratóriumi körülmények között olyan fiatalokat vizsgált, akik naponta használják a számítógépet. Kontrollcsoportként pedig számítógépet nem használó fiatalok észlelési készségeit mérte. Megállapította, hogy a számítógépet intenzíven használók információfeldolgozása felgyorsult, de különbséget tudtak tenni a releváns és nem releváns információk között. Ebből kiindulva feltételezhetjük, hogy azon fiatalok, akik gyakran használják az internetet információszerzésre, egy utazás előkészítéséhez is igénybe fogják venni azt.

Az általunk szűken értelmezett tanulás másik megközelítése az utazás során végzett tevékenységekhez kapcsolódik. Az egyén, utazása alatt különböző cselekvéseket végez (pihen, strandol, műemlékeket, múzeumokat keres fel stb.), azaz a különböző motivációit elégíti ki (vö. Fekete 2007). Az egyes tevékenységek között különbséget tehetünk azért, hogy azok elsősorban a kikapcsolódást, vagy a „bekapcsolódást” szolgálják-e, hiszen míg a kikapcsolódás nem kíván különösebb szellemi erőfeszítést, addig a bekapcsolódás már egy aktív szellemi folyamattal jár együtt. Amennyiben Richards (2003) megállapításából indulunk ki, feltételezhetjük, hogy a mindennapjaik során is kulturális fogyasztók a szabadságuk ideje alatt is fontosnak tartják a kultúrát. Ezzel összefüggésben nem hagyható figyelmen kívül a tömeg- és a magas kultúra iránti igény sem. A legfőbb különbséget a kettő között a közönsége nagyságában és annak heterogenitásában találhatjuk. A magaskultúra kevés embert vonz, homogénebb, jóllehet, közönsége az egyéni ízlést hangsúlyozza, ezzel szemben a tömegkultúra közönsége nagyobb, ezáltal heterogénebb (Gans 2003).

Magát a tömegkultúrát számos kritika érte azzal kapcsolatban, hogy tudja-e egyáltalán segíteni a műveltségi szint növelését, hiszen a tömegkultúra alkotásai gyakran csak „az élet felszínét” mutatják, s ez a magas kultúrára is negatív hatást gyakorol, közönségét is pedig passzív befogadóvá teszi (vö. Gans 2003). A tömegkultúra emellett azt a látszatot is kelti, mintha a kultúrából mindenki részesedhetne, képzettségétől függetlenül (vö. Bourdieu 1978). Azonban védelmére is megfogalmazódtak érvek, miszerint egységesítheti az ízlést és hozzájárulhat a társadalmi különbségek elrejtéséhez (vö. Finkelstein 2003, Schulze 2003), a művek, az attrakciók leegyszerűsített bemutatása pedig akár érdeklődést is kelthet az eredeti iránt (lásd a tematikus parkokat, vö. Puczkó és Rátz 2002b). Kiss (2001, 9) szerint a turizmus „csak a tömegkultúra mércéjével mérhető”, s ez az

állítás különösen igaz, ha a Cohen-féle szervezett tömegturistákra gondolunk, akik az autóbuszban ülve arra várnak, hogy a piros lámpánál néhány felvételt készíthessenek az adott látnivalóról. Megjegyezzük, ennek a kiküszöbölésére már léteznek olyan városnéző buszok, melyek lehetővé teszik, hogy egy adott látnivalónál a turista leszállhasson, majd a következő járatra felszállva folytatni tudja a városnéző túráját.

Az iméntiekkel szemben léteznek a tudatosan kulturális élményeket keresők is, akiknek fontos szempont az érték és a minőség szerinti válogatás (vö. Fejős 2000). Különbség tehető az egyes programok, rendezvények között is, aszerint, hogy azok milyen kulturális élményeket kínálnak.

Mint utaltunk rá, munkánkban a nyaralás alatt végzett tevékenységek közül kiemelt szerepet szánunk a kulturális tevékenységeknek, hiszen azok végzése közben még inkább megjelenhet a tanulás (vö. Csernyák – Janák – Zaláné 2004, Durkó 1999, Tót 2007), és még jobban feltételezhető a „bekapcsolódás”. Tanulmány (Sulyok 2005) készült arról, hogy a kultúra milyen szerepet játszhat az utazási döntésekben. A tanulmány a turisták öt típusát különbözteti meg: az úgynevezett „váratlanul kulturálissá váló” turisták utazási döntéseiben a kultúra még nem játszik kiemelkedő szerepet, azonban utazásaik során szerzett kulturális élményeik és tapasztalataik számottevőek lehetnek. A kultúra az úgynevezett „véletlen típusú utazók” döntéseit sem befolyásolja jelentős mértékben, és itt az utazás alatt szerzett élmények sem jelentősek. A „tudatos utazó” döntéseit a kultúra jelentősen befolyásolja, és kulturális élményei is számottevőek; az „eseti kulturális turista” esetében pedig a kultúra közepesen fontos motiváció, s ennek megfelelően a kulturális élmény is közepes szintű. Végül: a „városnéző utazó” számára a kultúra fontos motivációt jelent, maga a kulturális élmény azonban nem tekinthető mélynek. A kulturális turizmusról szóló tanulmány azt is kiemeli, hogy a kulturális céllal utazók többségükben magas iskolai végzettséggel és viszonylag magas jövedelemmel rendelkező nők (vö. Tót 2007).

Mivel szabadidejében és szabad akaratából kel útra, a látogató részvétele önkéntes, vagyis saját maga szabja meg, hogy mennyi időt tölt el a meglátogatott helyszínen, és mennyi figyelmet szán egy adott látnivalónak (Puczkó és Rátz 2000). Ezért a formális keretek között történő tanulás jól elkülöníthető a nem-formális, illetve az informális módon történő tanulástól a részvétel, a tartózkodásra szánt idő és a feltételezett motiváció alapján. (21. sz. táblázat)

21. táblázat: Különbségek a tanulók és a látogatók között

Középiskolai tanulók	Szemponatok	Látogatók (Turista, kiránduló)
Formális intézményben	<i>Ismeretátadás módja</i>	Nem-formálisan, informálisan
Kötelező	<i>Részvétel</i>	Önkéntes
Rögzített	<i>Tartózkodásra szánt idő</i>	Egyedi
Van	<i>Figyelmi kényszer</i>	Nincs, önkéntes
Erőltetett figyelem	<i>Reakció unalom esetén</i>	Kikapcsolódás
Tudás gyarapítása Bizonyítványszerzés Jövőépítés	<i>Feltételezett motivációk (példák)</i>	Érdeklődés Szórakozás Időtöltés Önmegvalósítás

Forrás: Puczkó és Rátz (2000, 158) alapján

A formális tanulás jellemzően előre meghatározott időbeosztással és tartalmakkal, iskolarendszeren belüli keretek között megy végbe, továbbá elsősorban végzettség megszerzésére irányul. A látogatók között viszont nem-formális (lásd például a szervezett és irányított események) és informális tanulással számolhatunk, utóbbi kettő között a fő különbség a szervezettség és az irányítottság mértékében rejlik. Az egyén részvételét tekintve különbség tehető a kötelező és az önkéntes részvétel között, ezért ezek motivációja eltérhet. Mindemellett, az informális módon történő tanulás lehet szándékos vagy spontán, magáról a tanulásról tudomást sem vevő tanulás (vö. Komenczi 2001). A különböző tanulási módok egyes szempontjai természetesen nem zárják ki egymást, az egyes aspektusokat nem lehet kategorikusan elkülöníteni, előfordulnak átmenetek.

Kiemeljük a kíváncsiság és az érdeklődés szerepének a fontosságát, ami azért különösen lényeges, mert a reagálást az érdeklődés gerjeszti, így az önnevelés forrása is egyben (Durkó 1984; 2002). Nem hagyható figyelmen kívül az az elméletet sem, amely szerint a feldolgozott és az elraktározott információ más és más hatásokkal raktározódik el, attól függően, hogy azt melyik érzékszervünk dolgozza fel. Bizonyos elméletek szerint az emberben 10 százaléka marad meg annak, amit hallott, 30 százaléka annak, amit olvasott, 50 százaléka annak, amit látott, és 90 százaléka annak, amit már

csinált (Puczkó és Rátz 2000). Az elméletben tanultak, másrésről jól kiegészíthetők a valóságban tapasztaltakkal.

Megállapíthatjuk, hogy az előbbieken felsoroltak mind hatást gyakorolnak a turisztikai élményszerzésre, s ez által a tanulás folyamatára, melyet részben meghatároz az előzetesen rendelkezésre álló tudás, hiszen „a már meglevő tudás egyben az új tudás megszerzésének az eszköze is” (Csapó 2005b, 10).

Összességében elmondhatjuk, hogy a turistalét alatt nyert élmények befogadása, illetve jelentése jelentős mértékben függ az egyén szocializációjától, műveltségétől, illetve előzetes tudásától, vagyis még az ugyanazon a programon részt vevők számára is más és más jelentheti az élményt (Bourdieu 1978). Schulze (1992, 45) frappáns példával szemlélteti ezt a jelenséget: „Ötvenezer néző közül a stadionban egy sem éli meg a kapura lövést ugyanúgy, mint a másik. Mindenkinek ugyanazon dologgal van dolga, de az más-más kontextusokkal lép kölcsönhatásba”. Másképp szólva: az egyes tevékenységek végzésekor meghatározó a befogadás szintje. A legjelentősebb eltérés az egyes társadalmi-gazdasági csoportok turisztikai szokásai között a kulturális turizmus területén mutatkozik meg, a kulturális tőkének tehát meghatározó szerepe van a turizmusban is (Seaton 2003). Ezáltal a végzettség jelentős szerepet játszik abban, hogy jellemzően kik fektetnek időt és energiát önmaguk művelésére, azaz a „bekapcsolódásra”, ami a turizmusban való részvétel során is nyomon követhető.

IV. KÖZÉPISKOLÁSOK A TURIZMUSBAN

4. Középiskolások a turizmusban

Kutatások megerősítik, hogy az első önálló utazás kezdete 17 éves kor környékére tehető, hiszen a középiskolai évek végén a fiatalok több lehetőséget kapnak az önálló döntésekre, mint a középiskolás éveik elején, és egyre jellemzőbben megjelennek fogyasztóként is (vö. Gábor és Molnár 2006).

A fiatal korosztály számára a környezetváltozás, a turizmusban való részvétel alapul szolgálhat a személyiség további fejlődéséhez, az informális ismeretszerzéshez, a személyes képességek alkalmazásához és ahhoz, hogy új helyzetekben önmagukat megtapasztalhassák, kipróbálhassák.

Empirikus vizsgálatunk célja, hogy megismerjük a középiskolások turisztikai szokásait, az ezeket befolyásoló és meghatározó tényezőket megvizsgáljuk, illetve hogy turistaélményeiket többek között a személyiséggazdagodás és a tudásgyarapítás kontextusában elemezzük.

Fontos dolognak tartjuk, hogy röviden szót ejtsünk a vizsgálat helyszínéről szolgáló várossról.⁵⁴ A vizsgált városban jelentős szerepe van a turizmusnak, ami meghatározó szerepet tölt be a település arculatában, mert a turizmus összefügg a lokalitással. A város adottságai lehetővé teszik, hogy számos eltérő motivációjú látogató keresse fel (kultúra, egészség, vallás, gasztronómia stb.), ezért népszerű turisztikai célpont. Mivel a turisták jelenléte és viselkedése hatással van a helyi lakosság turizmushoz való viszonyára (Puczkó és Rátz 2002a), feltételezhetjük, hogy a város az itt tanuló, lakó, élő emberek turizmushoz való hozzáállására is hatással van, ami az utazás iránti igényen is nyomon követhető.

Emellett az itt élő fiatalokról készült egy helyi vonatkozású kutatás⁵⁵ (Bauer et al. 2005, 10-12), amelynek során megállapították, hogy ezen fiatalok néhány tekintetben olyan adottságokkal rendelkeznek, ami az országos átlag felett áll. A szülők iskolai végzettsége például magasabbnak mondható az országos átlagnál, és a fiatalok iskolai végzettsége jóval kedvezőbbnek tűnik, mint amit az országos arányszámok mutatnak. A

⁵⁴ Az észak-magyarországi turisztikai régió meghatározó települése, Heves megye székhelye. A történelmi nevezetességekben, műemlékekben, változatos természeti adottságokban gazdag, a szőlő- és borkultúrájáról, gyógyvizeiről és néprajzi hagyományairól híres terület sok látogatót vonz. A borok barokk városa, továbbá iskolaváros.

⁵⁵ Készítette a Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda Eger Megyei Jogú Város Önkormányzatának a megbízásából, az Egerben élő, illetve az oda bejáró 15-29 éves korosztályról. Mintanagyság: 1000 fő. A 2005-ös egri adatfelvétel eredményeit a tanulmányban az Ifjúság2004 elnevezésű országosan reprezentatív kutatás eredményeivel hasonlították.

fiatalok nagyobb arányban beszélnek (valamilyen szinten) idegen nyelven, mint az országos mintába tartozó fiatalok.

A kérdőívünk, amelyet a kutatáshoz használtunk, három nagyobb egységből áll⁵⁶. A magyarázó változókat követően (a szülők iskolai végzettsége, a család anyagi helyzete; az idegen nyelvtudás, az internet használata, a szabadidő stb.) a fiatalok közös családi és önállóan megszervezett nyaralására vonatkozóan tettünk fel kérdéseket. A kérdőív összeállítása során azt is figyelembe vettük, hogy azon a tanulók véleményét is meg tudjuk ismerni, akik még nem nyaraltak önállóan.

Kérdőíves vizsgálatban tehát a következő kérdésköröket érintjük a középiskolai programtípus, a szülők iskolai végzettsége, a középiskolások lakóhelye stb. függvényében:

- családi és önálló utazások (családdal együtt, családtól külön),
- az utazás motivációja és célja (rokonlátogatás, pihenés, kikapcsolódás, ismeretbővítés stb.),
- az utak szervezettsége/megszervezése (egyéni szervezett vagy utazási iroda által),
- az utazás során nyert tapasztalatok, az utazás hasznossága,
- tanulási lehetőségek (tágra és szűken értelmezve),
- a nyaralással, üdüléssel kapcsolatos vélemények,
- az utazás elmaradásának okai stb.

A kérdőívek önkitöltősek voltak, és a kitöltésre osztályfőnöki óra keretében került sor, kérdezőbiztos jelenlétében.⁵⁷

⁵⁶ A kérdőívben az empirikus kutatás során használt egyes kérdéseket a következő kutatások, kérdőíves megkérdezések kérdéseinek a felhasználásával tettük fel:

- „Ifjúság2004” kutatás (Bauer és Szabó 2005)
- „Az egeri fiatalok helyzete 2005” kutatás (Bauer et al. 2005)
- Magyar Turizmus Zrt. kutatásai (M.Á.S.T. 2004a, 2004b, 2006, 2007, Mester 2008)
- KSH „Számokban utazunk” kutatás (Puskás 2006)
- „A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekció előkészítése” című OTKA kutatás (OTKA Nyilvántartási szám K63555) (Forray és Juhász 2008b)

⁵⁷ A minta kiválasztása során törekedtünk arra, hogy a megkérdezett fiatalok véleménye, tapasztalatai reprezentálják a megkérdezett középiskolásoknak az ifjúsági turizmussal kapcsolatos gondolatait és élményeit. Az alapsokaságot Eger összes önkormányzati és egyéb fenntartású középiskolájába járó 11. évfolyamon tanuló diákok alkották. A mintanagyságot az alapsokaság 25 százalékában állapítottuk meg, közel 500 főben. Mintavételünk célja az volt, hogy a megfelelő iskolákat, s ezen belül az egyes osztályokat kiválasszuk. Az adatfelvételt kérdőíves megkérdezés keretében végeztük, a keresztmetszeti vizsgálatra 2007 őszén került sor. Az időpontválasztást azzal indokoljuk, hogy a nyári szünetről való visszatérés után az iskolaév kezdetén még jobban élnek az emlékek, ezért elsősorban a 2007-es nyaralásra fókuszálunk.

4.1. A megkérdezett középiskolások jellemzői

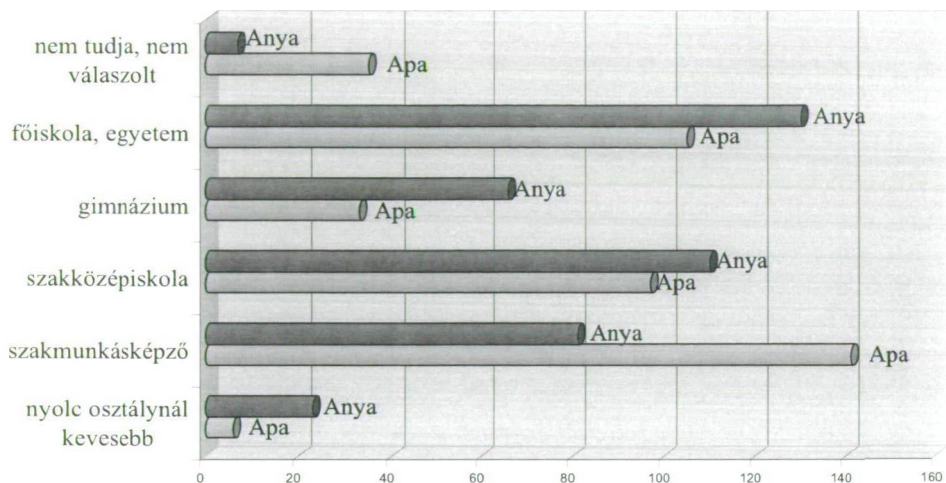
A megkérdezetteknek az 58 százaléka fiú és a 42 százaléka lány. A fiúk magasabb számát egyrészt a Központi Statisztikai Hivatal adatai, másrészt a mintába került iskolák tanulói összetétele is magyarázza. A KSH országos adatai szerint a 17 és 18 éves korösszetételű népességben több a fiú, illetve a mintában a műszaki középiskola is szerepet kapott. Ez összhangban áll azzal az országos tendenciával, mely szerint a szakmai képzésben elsősorban fiúk vesznek részt, és a gimnáziumban inkább a lányok tanulnak tovább (Harcsa 2007).

A családi környezet meghatározó szerepe miatt a következőkben a szülői háttérrel foglalkozunk. A megkérdezett fiatalok édesanyjának csaknem fele érettségizett, egyharmaduk pedig diplomát is szerzett, ez az arány az apák esetében 30, illetve 25 százalék. Az országos adatok (Harcsa 2007) ez esetben is hasonló tendenciát mutatnak, azaz ennél a korosztálynál – feltételezésünk szerint a megkérdezett fiatalok szülei javarészt a 40-49 éves korosztályhoz tartoznak – a nők körében magasabb az érettségizettek és a diplomával rendelkezők száma.

Az is megállapítható, hogy a szülők iskolai végzettsége nem független egymástól: a fiatalok családjának többségében a két szülő hasonló iskolai végzettséggel rendelkezik (9. sz. ábra).

Képzési típusonként megnéztük, milyen létszámúak az egyes iskolákban működő osztályok. Ebből láthattuk, hogy az egyes képzési típusból a mintában szereplő osztályoknak hogyan kell megoszlaniuk. A gimnáziumi képzés esetében eredményeink azt mutatták, hogy az osztályok egyharmada a legkisebb, illetve a közepes létszámú osztályokból került ki, nagyobb hányaduk (mintegy kétharmaduk) pedig a legmagasabb létszámúakból. A gimnáziumokra szánt osztályokat úgy osztottuk el a szóba jöhető gimnáziumok között, hogy azok kétharmada a nagyobb, egyharmada pedig a kisebb és közepes méretű osztályok közül kerüljön ki – mindeközben figyelembe vettük a diákok, illetve az osztályok és az iskolák közötti megoszlást (tehát, hogy abból az iskolából „vegyünk ki” több osztályt és ezzel együtt több tanulót, ahol valóban nagyobb létszámban tanulnak). A szakközépiskolai képzésnél arra az eredményre jutottunk, hogy az osztályok egyharmada (illetve kicsivel több, mint egyharmada) a legkisebb, illetve a legnagyobb létszámú osztályok közül került ki; nem egészen 30 százalékuk pedig a „közepes” létszámú osztályokból. A szakközépiskolai osztályokat úgy osztottuk szét a szóba jöhető iskolák között, hogy azok körülbelül egyharmada a legkisebb, illetve a legnagyobb, 30 százaléka pedig a „közepes” méretű osztályokból kerüljön ki. A lekérdezésben az Eszterházy Károly Főiskola művelődésszervező szakos (turizmus szakirányos) hallgatói nyújtottak segítséget. A kérdőívek rögzítését SPSS programban készítettük; a számításokhoz, illetve az elemzéshez is ezt az adatbázist használtuk.

9. ábra: A szülők iskolai végzettsége



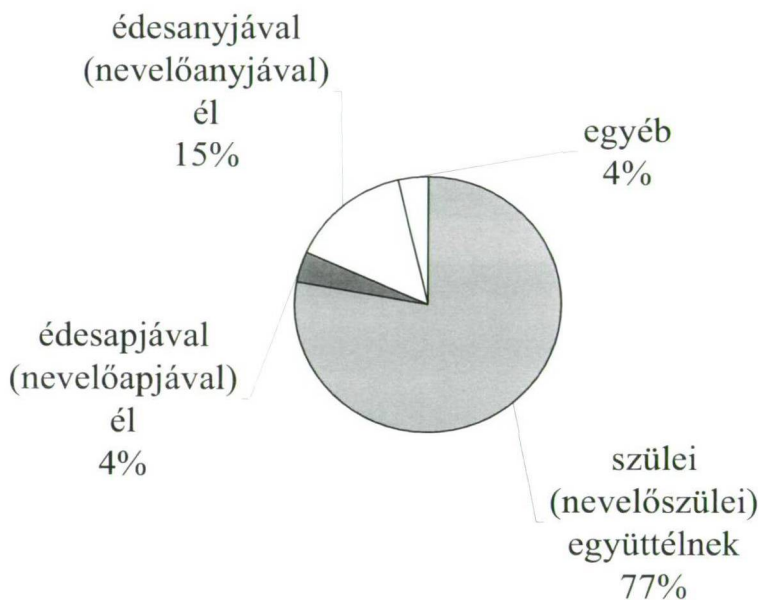
Adataink azt az országos tendenciát is alátámasztják – s ez az elmúlt másfél évtizedben tovább erősödött –, hogy minél iskolázottabbak a szülők, annál kisebb arányban tanítatják gyermekeiket szakmunkásképzőkben, szakiskolákban, illetve annál inkább választják számukra a gimnáziumot vagy a szakközépiskolát (Harcsa 2007) (vö. Kozma 1998, Blaskó 2002, Szira 2007). A megkérdezett középiskolásoknál a programtípust és a szülők iskolai végzettségének összefüggését vizsgálva erősebb kapcsolat mutatható ki az anya iskolázottságával, mint az apáéval.⁵⁸ Vizsgálatunkban a szakmunkás végzettségű anyák gyermekeinek közel 90 százaléka tanul szakiskolában vagy szakközépiskolában, viszont a diplomával rendelkező anyák gyermekeinek a többsége, közel 70 százaléka tanul gimnáziumban.

A megkérdezett fiatalok többsége – a korosztályra jellemző módon – még a szülőjével, szüleivel él együtt. A középiskolások háromnegyede kétszülős (édes- vagy nevelőszülő) háztartásban él, azonban programtípus szerint vizsgálódva a szakiskolás tanulóknál kedvezőtlenebb a helyzet a szülők családi állapotát tekintve. Az országos adatok is arról számolnak be, hogy az alacsonyabb iskolai végzettségűeknél magasabb a válások száma, ami vizsgálatunkban is tükröződik, hiszen a szülők iskolázottsága nem független a középiskolás fiatal programtípusától (Harcsa 2007). Azok közül, akik az egyik szülővel élnek együtt, a tanulók nagyobb hányadát az édes/ nevelőanya

⁵⁸ A PISA kutatások szintén kiemelik az anya iskolázottságának a szerepét a gyermek iskolázottságában (Vári et al. 2002).

neveli. Ennek magyarázatát az adja, hogy válás után jellemzően az anyánál marad a gyermek, és csupán a tanulók 4 százaléka él édes/nevelő apjával. Mindösszesen másik 4 százaléku adott meg egyéb kategóriát, ez főként a nagyszülővel való együttélést jelenti, azonban ebben a kategóriában öt fő (egy százalék) már barátjával, barátnőjével él együtt. (10. sz. ábra)

10. ábra: Együtt lakik...



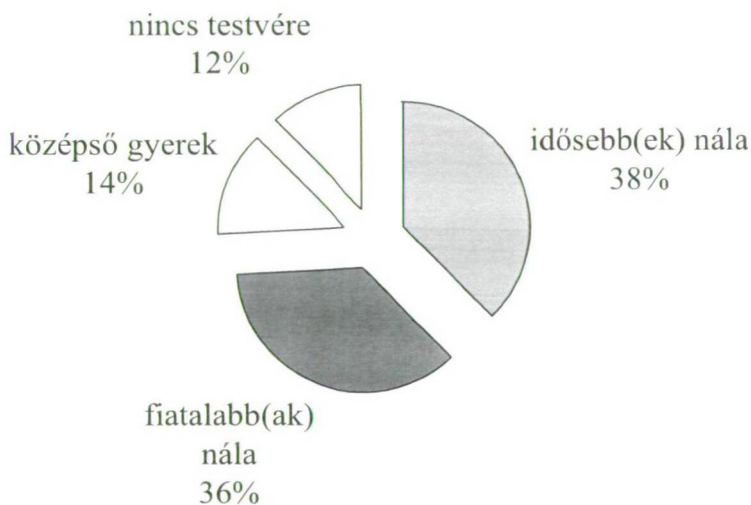
A lakóhelyet tekintve viszont a bejáró fiatalokra jellemző inkább, hogy kétszülős háztartásban élnek. Ennek egyik magyarázata az lehet, hogy a városi gyerekek szülei „könnyebben” válnak, kevésbé köti őket össze a „települési kontroll”, hiszen azok közül, akiket az édesanyjuk egyedül nevel, láthatóan több az egri, mint a bejáró. Másrészt a házasságkötés vagy a házassági állapot ma már egyre kevésbé társadalmilag elvárt feltétele a gyermekvállalásnak, 1990 óta kétszeresére emelkedett a nem házasságban történő szülések száma (Harcza 2007).

Az egri középiskolák vonzáskörzete elsősorban Eger és környéke (a tanulók 80 százaléka egri, illetve bejáró). További egyötödük kollégista, és ezen belül közel azonos arányban találhatunk városi és községekben élő diákokat. A nemek szerinti bontás során a lakóhelyet tekintve nem találkoztunk releváns különbséggel.

Mintánk alapján az is megállapítható, hogy a szakiskolák vonzáskörzetét elsősorban az Eger környéki települések adják, míg a gimnáziumokba inkább egriek járnak.

A fiatalok többségének, közel kilenctizedüknek van testvére (fiatalabb és idősebb testvérek csaknem azonos arányban). Egyhatoduk középső gyermek, azaz fiatalabb és idősebb testvére is van. (11. sz. ábra)

11. ábra: Testvér



A testvérek számát illetően nincs jelentősebb különbség a nemek tekintetében, elmondható viszont, hogy a programtípus és a lakóhely szerinti megoszlásban van egy szignifikáns összefüggés: azok között, akiknek sincsen testvére, magasabb arányt képviselnek a gimnazisták és az egri fiatalok.

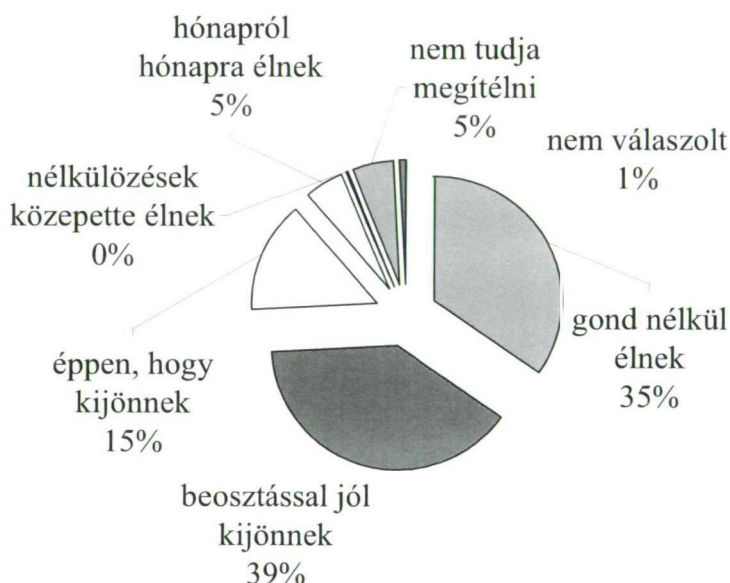
A pénzügyi helyzetre elsősorban szubjektív megítélés⁵⁹ alapján kérdeztünk rá, hiszen az Ifjúság2004 országos vizsgálat is felhívja arra

⁵⁹ A KSH (Harcza 2007) adataitól eltérően a kutatásunk során az Ifjúság2004, Ifjúság2008 vizsgálat (Bauer és Szabó 2005, 2009) alapján képeztünk hat fő csoportot, hogy megkönnyítsük a középiskolásoknak az anyagi helyzetük besorolását:

- gond nélkül élnek,
- beosztással jól kijönnek,
- éppen, hogy kijönnek pénzükből,
- hónapról-hónapra élnek,
- nélkülözések közepette élnek,
- nem tudja megítélni.

figyelmünket, hogy a 15-19 évesek többsége nincsen teljesen tisztában a családjá vagyoni, anyagi helyzetével.⁶⁰ Az anyagi helyzet szubjektív értékelése azt mutatja, hogy a fiatalok háromnegyede a viszonylag jó anyagi körülmények között élők közé sorolja magát, azaz gond nélkül él 35 százalékuk, és beosztással jól kijön közel 40 százalékuk. Tizenöt százalékuk ellenkező benyomásokról számol be, azaz éppen kijönnek a pénzükből. Öt százalékuk hónapról-hónapra, egy fő pedig nélkülöző körülmények között él – saját megítélések szerint. Az is elmondható, hogy a válaszadók hat százaléka nem tudja megítélni a családjá anyagi helyzetét. (12. sz. ábra)

12. ábra: A család anyagi helyzete



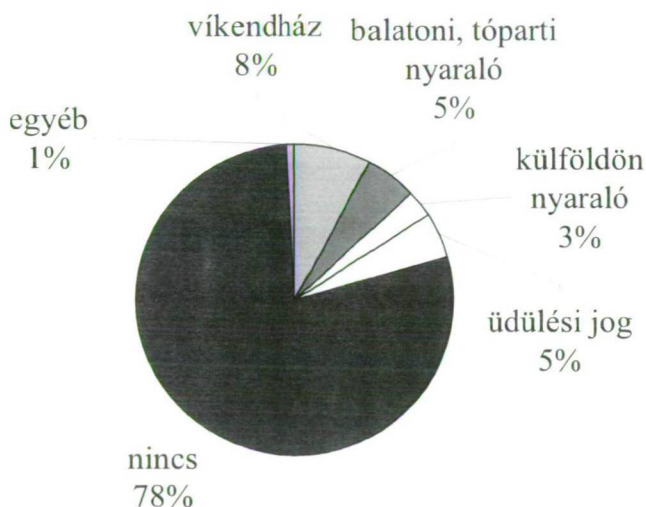
A gimnazisták kedvezőbbnek ítélik meg az anyagi helyzetüket, ezen eredményünket alátámasztják a KSH országos adatai is, hiszen az iskolai végzettség (a gimnazisták szülei magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek) és a kereset összefüggéseit vizsgálva megállapítható, hogy a diploma a középiskolai végzettséghez viszonyítva mindenhol többletkeresettel jár, igaz, mértékében különbözővel (Harcza 2007) (vö.

⁶⁰ Az oka valószínűleg az, hogy a fiatalokkal nem beszélgetnek otthon erről, vagy a szülők megpróbálnak mindent megadni gyermekeiknek, így ők a valós helyzetet nem érzékelik, illetve amíg nem gazdálkodnak önállóan, nem is lehetnek teljesen képből a pénzügyi helyzettel (Bauer et al. 2005).

Bourdieu 1997). Lakóhely tekintetében pedig az egri fiatalok ítélték meg a családjuk anyagi helyzetét kedvezőbbnek⁶¹, ami szintén összefüggésbe hozható a szülők, és azon belül az apa iskolázottságával (vö. Blaskó 2002).

A kutatás jellegéből adódóan arra is rákérdeztünk, hogy saját nyaralóval rendelkezik-e a család. Feltételezésünk szerint a nyaralás iránti igény esetükben még inkább jelen lehet. A megkérdezett fiatalok döntő (78) százaléka azonban nemleges választ adott erre a kérdésre, azaz nem jellemző az, hogy a családok saját nyaralóval rendelkezzenek. (13. sz. ábra)

13. ábra: Családi nyaraló birtoklása



Zsebpénz

Ennél a korosztálynál a zsebpénznek azért is van fontos szerepe, mert rajta keresztül a fiatalok lehetőséget kapnak a pénzzel való bánás és gazdálkodás megtanulására. A zsebpénz által már maguk is hozhatnak fogyasztói döntéseket. Természetesen a zsebpénz nagyságát számos tényező befolyásolja, ilyen például az életkor, a szülők hozzáállása, a család anyagi helyzete stb.

A fiatalok többsége, közel kilenctizede kap zsebpénzt szüleitől. Döntő hányaduk bármikor kap, ha kér; 15 százalékuk havonta egyszer, egy

⁶¹ Kedvezőnek vesszük, amennyiben a „gond nélkül élünk”, vagy a „beosztással jól kijövünk” válaszlehetőséget jelölték be.

előre meghatározott összeget. A fiatalok 13 százaléka állítja azt, hogy egyáltalán nem kap zsebpénzt, a fiúk és a lányok közel azonos arányban vallják ezt. Programtípus szerinti bontásban a szakiskolások egyötödének nem jár zsebpénz. Legkedvezőbb helyzetben a szakközépiskolás tanulók vannak, mindössze kevesebb, mint 10 százalékuknak nem jár otthon zsebpénzhez. A család anyagi helyzetével összefüggésben megállapítható, hogy a gond nélkül élő családok gyermekei inkább kapnak zsebpénzt, míg a rosszabb anyagi helyzetben lévőknek közel a háromnegyede nem jut otthon zsebpénzhez. (14. sz. ábra)

14. ábra: Zsebpénz

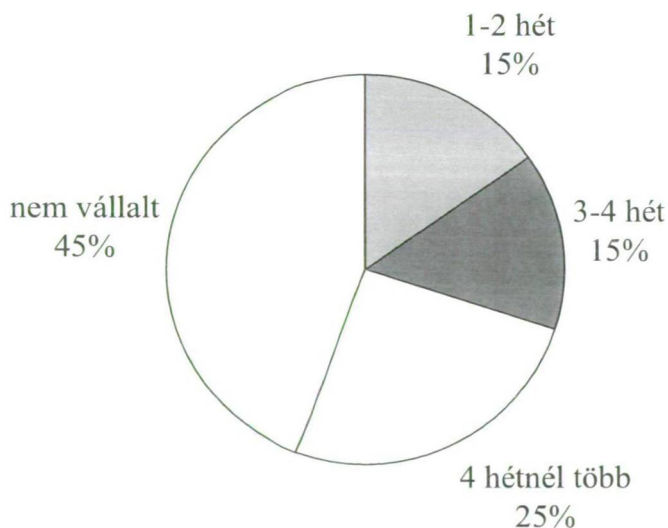


A nyári munkavállalás szintén lehetőséget ad arra, hogy a fiatal (zseb)pénzhez jusson, azaz lehetősége legyen olyan keresethez jutni, amelyből önállóan gazdálkodhat. A nyári munkavállalást más okból is vizsgáltuk. Kíváncsiak voltunk arra, van-e összefüggés a turizmusban való részvétel és nyári munkavállalás között. Egyrészt a nyári munka során megkeresett pénzből lehetőség nyílik az önálló nyaralás, utazás finanszírozására, másrészt nem feledkezhetünk el arról sem, hogy a nyári munkavállalás a barátok, a szabadidő – így az utazás – rovására is mehet, ezáltal az ellenkező következmény is előfordulhat (vö. Furlong – Stadler – Azzopardi 2003). A megkérdezett fiatalok 45 százaléka nem vállalt nyári munkát, azonban akik vállaltak, azok közül a legtöbben négy hétnél hosszabb időre (25 százalék). (15. sz. ábra) A nyári munkavállalás

tekintetében a nemek szerinti bontásban jelentős eltérés tapasztalható. A fiúknak közel kétharmada vállalt nyári munkát, míg a lányoknak körülbelül a fele. Ez összefügg a középiskola típusával, mert a szakiskolás fiatalok (többségükben fiúk tanulnak itt) közel háromnegyede vállal nyári munkát – azonban ne hagyjuk figyelmen kívül az ő esetükben a nyári szakmai gyakorlatot, melyet egyes tanulók akár diák munkavállalásként is értelmezhettek.

Ezen kívül szignifikáns kapcsolat mutatható ki a lakóhely és a nyári munkavállalás között. Valószínűsíthetjük, hogy a magyarázat összefüggésben áll a lakóhely és a programtípus, illetve a szülők iskolai végzettsége korábban említett kapcsolatával, mert megállapíthatjuk, hogy a bejáró és a kollégista fiatalokra inkább jellemző a nyári munkavállalás, mint az egri fiatalokra. A család anyagi helyzetével is együtt jár a nyári munkavállalás, hiszen a kedvező anyagi körülmények között élő tanulók (a gond nélkül élők és a beosztással jól kijövőök) 46 százaléka nem vállalt nyári munkát, azonban a kedvezőtlenebb anyagi helyzetben élőknel ez az arány már 32 százalék.

15. ábra: Munkavállalás a nyári szünetben



Arra is kíváncsiak voltunk, hogy a fiatalok tesznek-e félre pénzt a nyaralásukra, azaz mennyire készülnek tudatosan arra, hogy a nyári szabadidejüket elutazással töltsék el. A fiatalok több mint egyharmada minden programtípusnál, közel azonos arányban tett már félre pénzt

nyaralásra, illetve szintén közel azonos arányban takarékoskodtak előre a fiúk és a lányok. Akik nem tettek rá félre pénzt, ott a család anyagi helyzete kedvezőnek mondható, vagyis feltételezhetjük, hogy nem volt arra szükségük, hogy nyaralásra gyűjtsenek.

Idegennyelv-tudás

Az idegennyelv-tudást nem szubjektív alapokon mértük, azaz nem azt kérdeztük meg a tanulóktól, hogy beszél-e valamilyen idegen nyelven, hanem arra kértük a válaszadókat, hogy jelöljék be, ha rendelkeznek nyelvvizsga-bizonyítvánnyal. Azért választottuk ezt a megoldást, mert feltételeztük, hogy így realisabb képet kapunk. Megállapíthatjuk, hogy a megkérdezett fiatalok többségének nincsen nyelvvizsga bizonyítványa, ez azonban nem zárja ki, hogy a lekérdezés ideje alatt nem voltak-e függőben lévő nyelvvizsgák, hiszen sokan a középiskolás évek utolsó tanévében szereznek arról tanúsítványt.⁶²

A KSH (Harcza 2007) országos adatai szerint a diákok valamennyi oktatási szinten (a szakiskola kivételével) az angolt tanulják legnagyobb arányban. Vizsgálatunkban hasonló eredményre jutottunk: a fiatalok többsége angol nyelvből tett nyelvvizsgát, ezt követte a német nyelv, az egyéb válaszoknál pedig a francia és az olasz nyelvet jelölték meg. Legtöbben angol középfokú C típusú nyelvvizsgával rendelkeznek, ezt követi a német középfokú C nyelvvizsga. Elmondható az is, hogy az egeri fiatalok helyzetéről készült *belyi* kutatásban szintén hasonló tendenciával találkozhatunk: e vizsgálatból is az derül ki, hogy többen beszélnek angolul, mint németül (Bauer et al. 2005).

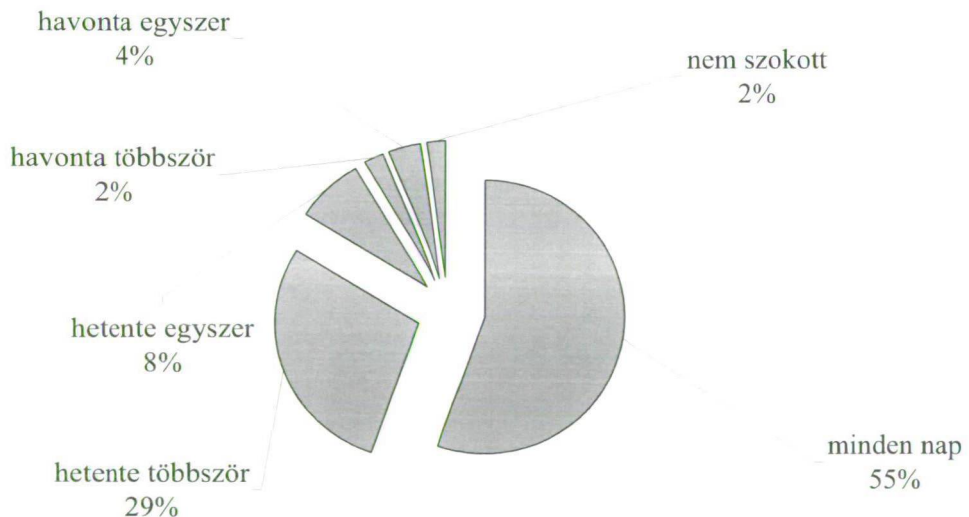
Az, hogy valaki rendelkezik-e valamilyen nyelvvizsgával, szoros összefüggésben áll a családi háttérrel, azon belül is az apa iskolázottságával (vö. Bauer et al. 2005, 28, Bourdieu 1997). A nyelvvizsgák szempontjából meghatározó az is, milyen középiskolába jár a fiatal (vö. szülők iskolázottsága; Bourdieu 1978, Blaskó 2002). A gimnáziumba járók 61 százaléka még nem rendelkezik nyelvvizsga bizonyítvánnyal (arról nincs adatunk, hogy függőben lévő nyelvvizsgák vannak-e), ez az arány a szakközépiskolai tanulóknál már 91 százalék, és a szakiskolákba járóknál pedig 98,5 százalék. A lakóhely tekintetében szintén megfigyelhető összefüggés: az Egerben élő fiatalok inkább rendelkeznek (angol) nyelvvizsgával, mint a bejáró vagy a kollégista tanulók.

⁶² Az egeri fiatalokról készült kutatás azt mutatja, hogy az egeri fiatalok nagyobb arányban beszélnek valamilyen szinten idegen nyelvet (74 százalék), mint az országos mintába tartozó fiatalok (61 százalék) (Bauer et al. 2005, 27).

Az internet használata

Az ifjúsági korszakváltással és az információs társadalommal szorosan összefügg, hogy a fiatalok mindennapi életének velejárója az internetezés (vö. Galáncz 2006, Mead 2006). Eredményeink is azt mutatják, hogy a soha nem internetezők a fiatalok mindössze 2 százalékát teszik ki, ezzel szemben azok közé, akik minden nap használják az internetet, a megkérdezettek 55 százaléka tartozik. Őket követik a hetente többször internetezők (29 százalék) (16. sz. ábra). Azonban kiemeljük – mivel maga az internetezés dinamikusan fejlődő terület – eredményeink korántsem feltétlenül időszerűek. Az Ifjúság2008-as vizsgálat is azt mutatja, hogy 2004 és 2008 között dinamikusan nőtt az internetet használó fiatalok aránya, azaz a 2004-es vizsgálat során mért 59 százalékról 2008-ra számuk 84 százalékra emelkedett (Szabó és Bauer 2009).

16. ábra: Az internet használata

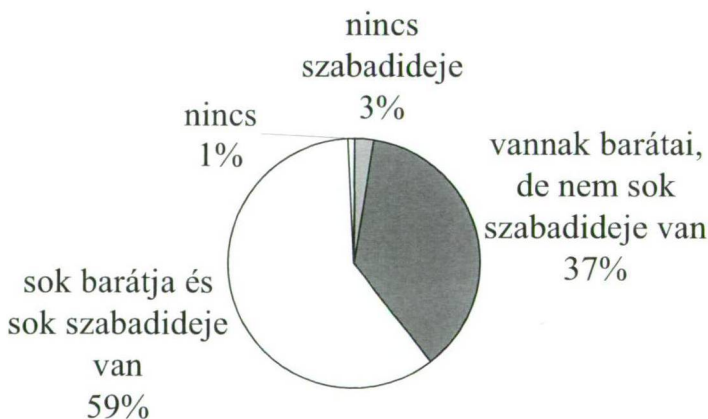


Adataink szerint a fiúk gyakrabban interneteznek, mint a lányok, és a lakóhely tekintetében az egeri fiatalokra jellemző inkább a mindennapos internethasználat, ez az Ifjúság2004, Ifjúság2008 kutatások adataival megegyező képet mutat. Az internet használatának intenzitása összefügg az anyagi helyzettel is, azaz minél kedvezőbb anyagi helyzetben él valaki, annál inkább van lehetősége internetkapcsolatra, előfizetésre.

Szabadidő

A fiatalok életében fontos szerepet tölt be a szabadidő, hiszen ekkor van lehetőségük a kötött, formális iskolai együttlét után az informális időtöltésre, a barátaikkal való találkozásra. A szabadidő mennyiségét és a barátok számát tekintve a fiataloknak közel 60 százaléka – megítélése szerint – sok nyári szabadidővel rendelkezik, és sok barátja is van. Több mint egyharmaduk viszont úgy nyilatkozott, hogy vannak barátai, de nem sok szabadidőt töltenek együtt. Mindössze egy százalékuknak nincs baráti köre, társasága, akikkel együtt lehetnek szabadidejükben, három százalékuk pedig, megítélése szerint, szabadidővel nem rendelkezik. (17. sz. ábra) Más, hasonló jellegű helyi kutatáshoz képest kedvezőbb válaszokkal találkozunk (vö. Bauer et al. 2005). A gimnazisták inkább rendelkeznek sok baráttal és sok szabadidővel, mint a szakiskolások (vö. nyári munkavállalás, nyári szakmai gyakorlat). A baráti kört és a szabadidőt vizsgálva viszont jelentősebb különbséggel találkozhatunk nemek szerinti bontásban. Elmondható, hogy a fiúk nagyobb baráti körrel és több szabadidővel rendelkeznek, mint a lányok.

17. ábra: Barátok és a szabadidő



A fiatalok szabadidejével kapcsolatosan számos kutatót foglalkoztat a deviáns szabadidő-eltöltés (Kiss 2006, Rácz 1995, 1996), hiszen a baráti társaságok nemcsak konstruktív, hanem destruktív hatást is kifejthetnek tagjaikra.

A baráti társaságoknál fontos megemlítenünk a virtuális barátságokat is. A különböző közösségi oldalak a fiatalok körében igen népszerűek, többségük igen magas ismerősi számmal rendelkezik, sok esetben azonban csak megjelölt kapcsolatokról van szó. Az Ifjúság2008 adatai azt mutatják, hogy a különböző fórumokon, blogokon a fiatalok közel fele rendszeresen fent szokott lenni. A 2004–2008 közötti időszak egyébként a közösségi oldalak magyarországi felfutásának időszaka is volt. Az internetező fiatalok 85 százaléka regisztrált tag egy, vagy akár több ilyen oldalon (Szabó és Bauer 2009).

A középiskolások értékvilága

Értékvizsgálatunkhoz az Ifjúság2004, Ifjúság2008 (Bauer és Szabó 2005, 2009) országos vizsgálat kérdéseit használtuk fel. Eredményeink alapján elmondható, hogy a fiatalok közel 90 százalékának a család a legfontosabb⁶³, minimális különbséggel ezt követi a barátság – ami nem meglepő, hiszen a középiskolások életében a kortárscsoportok, a barátságok (vö. Bauer és Szabó 2005, 2009 Lannert 2004, Szekszárdi 2000) különösen fontos szerepet töltenek be. Ugyanilyen fontos számukra a szerelem, a párválasztás és a szabadság megtapasztalása is (vö. Juhász 2001).

Előzetes várakozásunktól eltérően a kreativitás, valamint az érdekes, változatos élet iránti érdeklődés is csupán a rangsor közepén áll „*a kamaszkor élmény- és tapasztalatszerzésének időszakában*” (Bauer és Szabó 2005, 68), a vizsgált fiataloknak mindössze fele találja nagyon fontosnak ezeket.

Társadalmi nem, lakóhely és programtípus szerint eltérés tapasztalható az egyes életelvek fontosságának megítélésében is. A társadalmi nem befolyásolja leginkább azt, hogy a fiatalok mely értékeket tartják fontosnak: mindegyik értékre gyenge erősségű kapcsolat mutatható ki. Azaz megállapítható, hogy míg a lányoknál az érzelmi életre, érzelmi biztonságra és a személyes kapcsolatokra vonatkozó értékek az elsődlegesek, addig a fiúk a szabadságot, a stabilitást, a hatalmat és a nemzethez kapcsolódó dolgokat tartják fontosabbnak (vö. Bauer et al. 2005). Megjegyezzük, hogy a lányoknál az érdekes élet fontosabb szerephez jut, mint a fiúknál, ellentétben az egri kutatással (Bauer et al. 2005), ahol azt a fiúk tartották jelentősebbnek.

Amennyiben programtípus szerint vizsgálódunk, eredményeink alapján megállapítható, hogy a materialista értékek inkább a

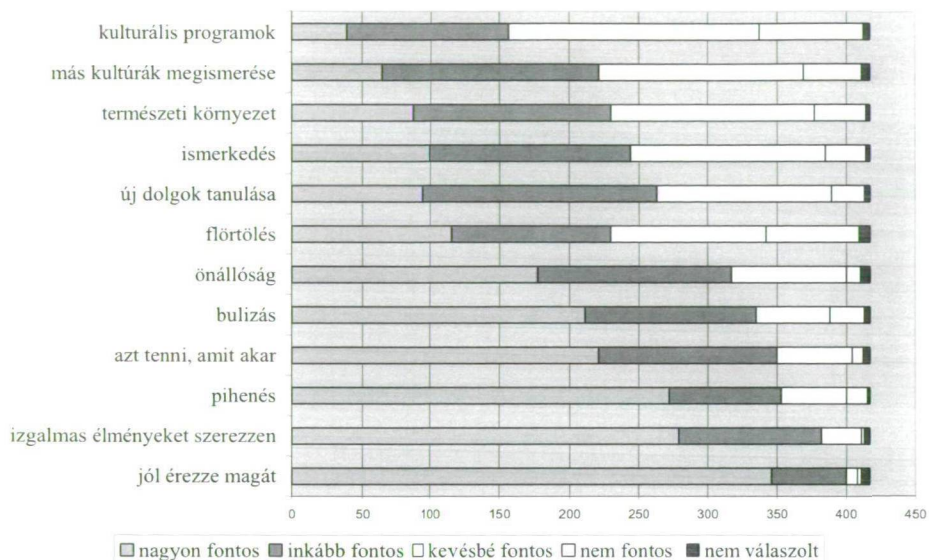
⁶³ Az egyes értékek fontosságát négyfokú skálán kértük bejelölni (nagyon fontos, inkább fontos, kevésbé fontos, egyáltalán nem fontos).

szakiskolásoknak fontosabbak, míg a posztmateriális értékeket a gimnáziumban tanulók preferálják (vö. Nagy 2006). A szülők iskolai végzettségét is figyelembe véve a hagyományok tisztelete, a kreativitás, az egység a természettel annál fontosabb, minél iskolázottabb a szülő, és ez a programtípus szerinti bontás során is tükröződik: a gimnazisták fontosabbnak ítélték ezen értékeket. A nemzet, a gazdagság, a társadalmi rend fontosságát viszont a kevésbé iskolázott szülők gyermekei választották, s programtípus szerint vizsgálódva is hasonló következtetés vonható le.

Lakóhelyet tekintve a gazdagságnál, a hagyományok tiszteleténél és a szerelemnél találtunk szignifikáns összefüggést, mert a gazdagságot és a hagyományok tiszteletét a bejáró tanulók, a szerelmet pedig a kollégista fiatalok tartják inkább nagyon fontosnak. Ennek magyarázatát abban találhatjuk, hogy a kollégisták a szülői háztól való „elköltözéssel” hamarabb kezdenek el önállósulni, így életükbe előbb köszönthet be a párkapcsolat is. Programtípus szerinti bontásban nézve viszont a vallásnál találtunk szignifikáns eltérést: ezen értéket a szakiskolás tanulók tartják inkább fontosnak. A vallásosság és a társadalmi helyzet közötti összefüggés a deprivációval, a *„hátrányos helyzet miatt kialakuló kompenzációval”* is magyarázható (Pusztai G. 2004, 174).

Kíváncsiak voltunk arra is, mit tartanak a középiskolások leginkább fontosnak egy nyaralással kapcsolatban, és milyen előzetes elvárásokkal rendelkeznek. Az elemzés során kiemelt szerepet szántunk a nagyon fontosnak ítélt tényezőknek. A vizsgált fiatalok körében a nyaralás során az első három legjelentősebb dolognak az bizonyult, hogy jól érezzék magukat, izgalmas élményeket szerezzenek, illetve pihenjenek. Feltételezhetjük, hogy míg a mindennapok során – megítélésük alapján – a változatosság kevésbé fontos a megkérdezettek számára, ez az igény a nyaralás során már felfokozottan jelentkezik. (18. sz. ábra)

18. ábra: A nyaralás alatt fontosnak tartott dolgok



Nemek szerint vizsgálódva a fiúk és a lányok is közel azonos arányban tartják nagyon fontosnak az ismerkedést, a természeti környezetet, illetve az új dolgok tanulását. A lányoknál fontosabb értéként jelent meg a pihenés, a kultúra iránti érdeklődés (más kultúrák megismerése) és az izgalmas élményszerzés (vö. DiMaggio 1998). A fiúknál viszont magasabb értéket kapott a flörtölés, az önállóság, a szabadság és a bulizás.

A válaszokat programtípusonként is elemeztük. A természeti környezet és más kultúrák megismerését főként a gimnazisták tartják fontosnak. A kulturális programok iránt való érdeklődés mindhárom programtípusnál alacsonyabb értéket mutat, a gimnáziumban tanulók azonban fontosabbnak tartják. Akik (nagyon vagy inkább) fontosnak vélik az új dolgok tanulását, azok többsége más kultúrák megismerését és a kulturális programokon való részvételt is előnyben részesíti a nyaralás során. Azon fiataloknak, akik kiemelten alapvetőnek tartják az új dolgok tanulását a nyaralás során, 70 százaléka azzal a céllal is kelt útra, hogy „világot lásson”. A szakiskolás és a szakközépiskolás fiatalok közel egyharmada ugyanakkor nagyon lényegesnek tartja a flörtölést, míg a gimnazistáknak csupán az egyötöde.

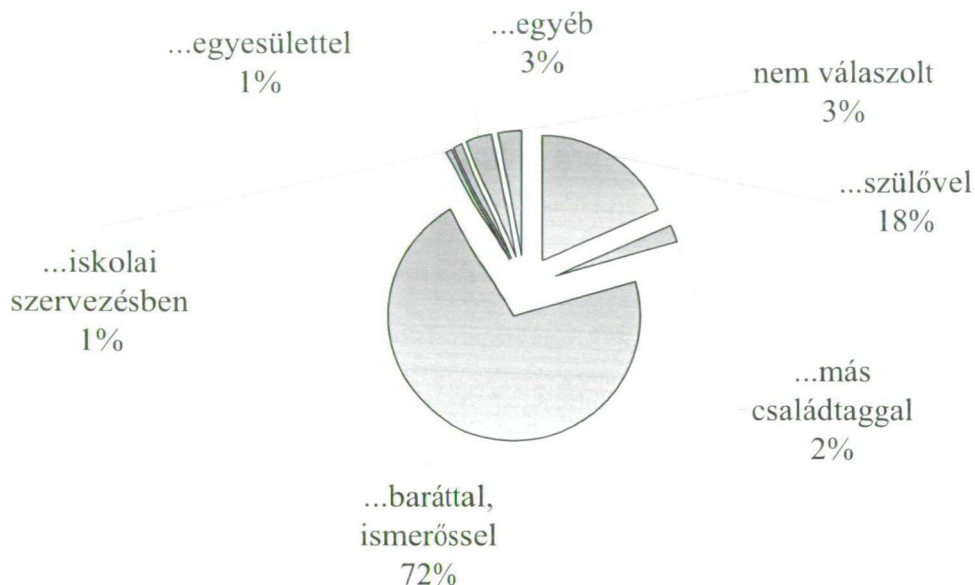
Megállapíthatjuk, hogy mind a nem, mind a programtípus szignifikánsan befolyásolta a nyaralás alatti és a nyaralással kapcsolatos fontosnak vélt értékeket, egyedül a lakóhely nem, aminek magyarázatát abban fedezhetjük föl, hogy minden megkérdezett középiskolás egri intézmény tanulója.

Nyaralás 2007

Kutatásunk egyik fő kérdése az volt, hogy a vizsgálat évében kivel (kikkel) voltak a fiatalok nyaralni. Megállapíthatjuk, hogy 2007-ben a fiatalok 70 százaléka a barátaival utazott el, s 50 százalékuk szüleivel együtt is nyaralt. Az utazás magas arányának magyarázatát abban kereshetjük – mint ahogy az Ifjúság2004 országos vizsgálat is jelzi –, hogy ezen diákok még a szülőikkel élnek, és rájuk inkább jellemző a nyaralás, mint a már dolgozó, önálló keresettel rendelkező fiatalokra. Másrészt: a minta helyszíne megyeszékhely volt, az itt élők inkább utaznak, nyaralnak (vö. Bauer és Szabó 2005, M.Á.S.T. 2006). Az Ifjúság2008 adatai azt mutatják, hogy egyre inkább nő azon fiatalok aránya, akik nyaralnak, már a 2000 és 2008 közötti felmérések adatai is jól tükrözik ezt a tendenciát (Szabó és Bauer 2009).

Azon fiatalok 3/4-énél, akik a szüleikkel is voltak nyaralni, a családban általános, „megszokott dolog” a nyaralás. A szülőkön kívül más családtaggal egyötödük volt nyaralni, iskolai szervezésű nyaralásban egyhatoduk vett részt, és főként az egriek. Az is elmondható, hogy a gimnazista fiatalok minden kategóriában előnyösebb helyzetűek: más családtaggal egynegyedük volt nyaralni, a barátaikkal háromnegyedük, iskolai szervezésben pedig közel egyötödük. Kutatásunk is alátámasztja az Ifjúság2004 országos vizsgálat eredményét, miszerint a diákok közül a szakmunkásképzőbe járóknál volt a legalacsonyabb a részvételi arány (Bauer és Szabó 2005).

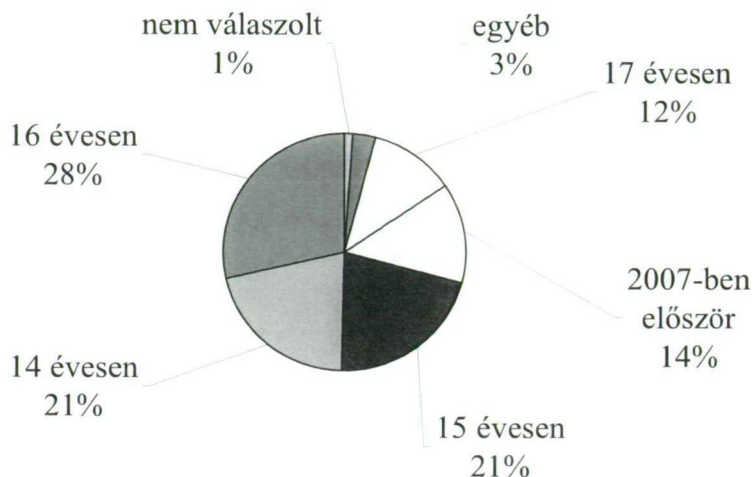
Kíváncsiak voltunk arra is, hogy ha a fiatal választhatna, kivel utazna el legszívesebben. Előzetes várakozásunknak és a korosztálynál elvárt feltételezésünknek megfelelően, döntő többségük legszívesebben baráti, ismerősi körével utazna el, de a válaszadók közel egyötöde a szüleit jelölte meg (19. sz. ábra). Azok a fiatalok, akik szülőket jelölték meg az első helyen, lakóhelyüket tekintve többnyire bejárók vagy egriek, azaz otthon, a szüleikkel élnek. Nem azon okból „voksoltak” tehát családtagjaikra, mert nincsenek barátaik, sőt, állításuk szerint sok baráttal rendelkeznek.

19. ábra: Ha választhatna, legszívesebben utazna...**Az ifjú korosztály egyénileg megszervezett utazásai**

Meglepően magas arányban kaptunk igenlő választ arra a kérdésre: voltak-e már szülői, iskolai, vagy egyéb felnőtt kíséret nélkül egyénileg, saját társaságukkal nyaralni a megkérdezettek. Eredményeink azt mutatják, hogy a válaszadók 95 százaléka volt már egyénileg valahol, ennél alacsonyabb értéket a szakiskolás tanulóknál találtunk. A magas arány magyarázatát részben az Ifjúság2004 (Bauer és Szabó 2005) országos vizsgálat is megadja: eszerint a fővárosban és a megyeszékhelyeken lakókra inkább jellemző a nyaralás, és nagyobb arányban járnak nyaralni azok is, akik még együtt élnek a szülőkkel, mint a már dolgozó, saját lakásra gyűjtő fiatalok. A magas arány másik oka az lehet, hogy Eger népszerű turisztikai desztináció, és az emberek mentalitásában feltehetően jobban jelen van a turizmus, az utazás (vö. Rátz 1999).

Elég változatos képet kaphatunk arról, hogy a megkérdezettek hány éves korukban vehettek részt először kísérő (szülői, pedagógus) nélküli nyaraláson, a fiatalok közel egyharmada ugyanis első ízben 16 éves korában nyaralt önállóan, egy-egy ötödük pedig még ennél is fiatalabban, 14, illetve 15 évesen. (20. sz. ábra)

20. ábra: Az első önálló nyaralás



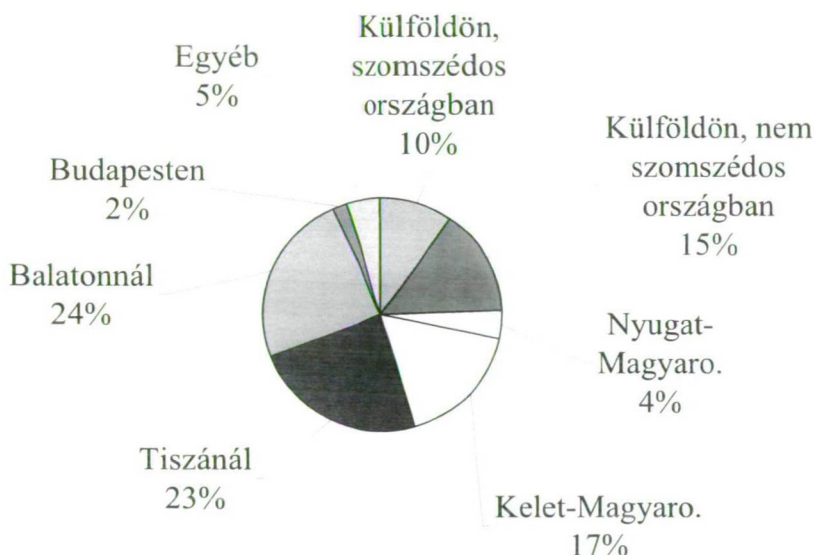
A megkérdezettek 70 százaléka tehát már 16 éves korában vagy még hamarabb volt egyénileg, saját társaságával valahol, ezért – az Ifjúság2004 országos adataival (Bauer és Szabó 2005) összevetve – elmondható, hogy eredményeink alapján egyre korábbra tehető az első önálló utazás megszervezése.

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a testvér milyen szerepet tölt be az utazás melletti döntésben. Feltételezésünk szerint ugyanis az idősebb testvér szerepet játszhat abban, hogy a fiatalabb testvér minél korábban szülői vagy felnőtt kíséret nélkül nyaraljon. Az idősebb testvér egyrészt „kitaposhatta az utat” a fiatalabb testvér számára; másrészt a szülők szívesebben engedik el a fiatalabb gyermeküket az idősebb testvérral együtt. Azonban az idősebb és a fiatalabb testvér, illetve az első egyénileg megszervezett nyaralás összefüggéseit vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a testvér életkora önmagában kevésbé meghatározó, hiszen a középiskolások közel azonos arányban voltak nyaralni 16 évesen vagy még fiatalabban, függetlenül attól, hogy idősebb vagy fiatalabb testvéreik vannak-e. Azoknál sem mutatható ki releváns különbség, akik egyedüli gyermekek. Az viszont megállapítható – bár az alacsony elemszám miatt csak óvatosan értelmezhető –, hogy akiknél a testvér ötlete volt, hogy szülők nélküli nyaraláson vegyenek részt, ott főként idősebb testvérek vannak a családban.

Amennyiben programtípus szerint vizsgálódunk, különbséget kell tennünk az első egyénileg megszervezett nyaralás idejének tekintetében. A gimnazista tanulókra jellemzőbb, hogy 16 évesen, vagy ennél fiatalabb korukban voltak először egyénileg nyaralni.

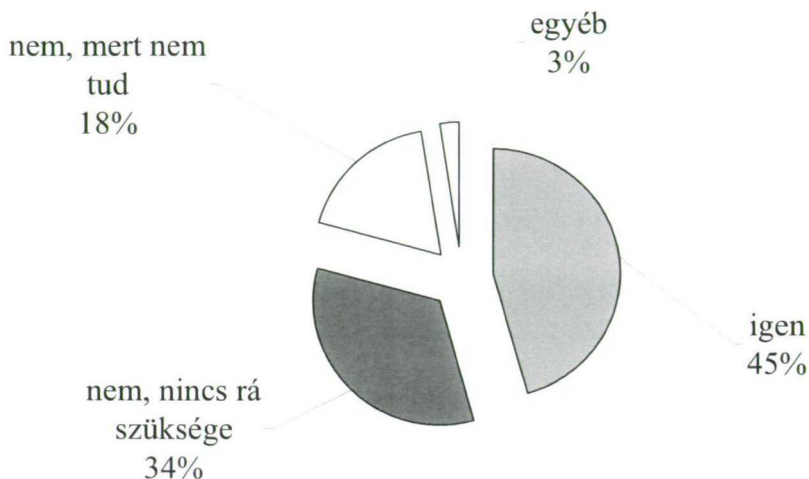
A nyaralás helyszíne jellemzően belföldön volt, azon belül is vízpart melletti terület volt (vö. Mester 2008). A megkérdezettek egyenlő arányban választották nyaralásuk helyszínéül a Balatont és a Tiszát, az utóbbi népszerűségét Egerhez való közelsége is okozza. Kelet-Magyarország szintén kedvelt desztináció volt. (21. sz. ábra)

21. ábra: A nyaralás helyszíne

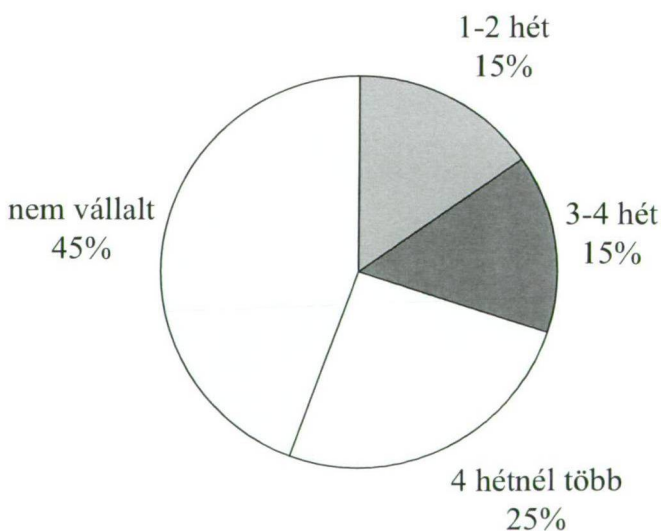


Külföldön a fiatalok egynegyede nyaralt – ez elsősorban a gimnáziumban tanulóakra volt jellemző –, egyhatodik nemcsak a szomszédos országokba jutott el. Amennyiben a Balatont külön értelmezzük, megállapítható, hogy a fiataloknak mindössze a 4 százaléka kereste fel Nyugat-Magyarországot, és közel felük Kelet-Magyarországot, a szűkebb hazáját választotta.

A saját nyaralását közel felük részben, vagy teljesen saját maga finanszírozta, ami szintén alátámasztja azt, hogy a fiatalok hoznak fogyasztói döntéseket (vö. Bauer és Szabó 2005, Miles 2003). Egyharmaduk nem tett félre pénzt a nyaralásra, esetükben feltehetően a szülők finanszírozták a nyaralást. (22. sz. ábra)

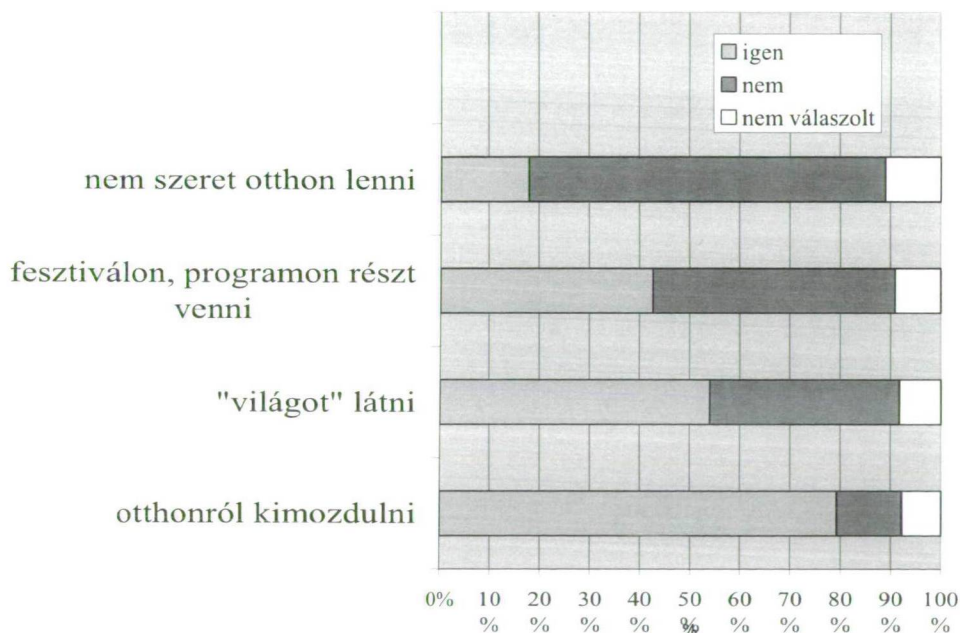
22. ábra: A nyaralásra pénzt gyűjtők az önálló nyaralóknál

A fiataloknak több mint fele vállalt nyári munkát is, sőt egynegyedük négy hétnél hosszabb időre (23. sz. ábra). A nyáron dolgozóknak a fele tett félre pénzt utazásra. Akik nem dolgoztak a nyáron, azoknak több mint a kétharmada a zsebpénzéből spórolt pénzt a nyaralására; ami szintén mutatja, hogy a középiskolások tudatosan készülnek a szünidejük utazással történő eltöltésére.

23. ábra: Nyári munkavállalás az önállóan nyaralóknál

A fiatalok elutazásának egyik legfőbb motivációja a változatosság, az otthonról való kimozdulás iránti igény volt, azaz: valami mást tenni, mint ami évközben megszokottnak számít. Ezt követi a „világot látni”, a felfedezés iránti motiváció. A válaszok egybecsengenek Richards és Wilson (2007) kutatásával, ahol a fiatalok motivációi között egyik legfontosabbnak a felfedezés és az izgalom bizonyult. A megkérdezettek közel fele jelezte, hogy egy fesztivál vagy egy rendezvény miatt kelt útra, és egyötödük nyilatkozott úgy, hogy nem szeret otthon lenni, ezért utazott el valahová. Ez abban is jól lemérhető, hogy akik nem szívesen vannak otthon, azoknak közel fele saját maga javasolta a nyaralást. (24. sz. ábra)

24. ábra: Az elutazás oka



4.2. A családi és az iskolai turisztikai szocializáció

A szocializáció folyamata az utazási szokások kialakításánál sem hagyható figyelmen kívül, hiszen a társas-szociális környezetből származó hatások az utazási hajlandóságot is befolyásolják (vö. Szöllös 2005). Fejezetünk során a család és az iskola hatását vizsgáljuk, mert az utazásra való igény és az utazás motivációi összefüggésben állnak azzal a társadalmi környezettel, amelyben a gyermek felnő; illetve a családban látottak,

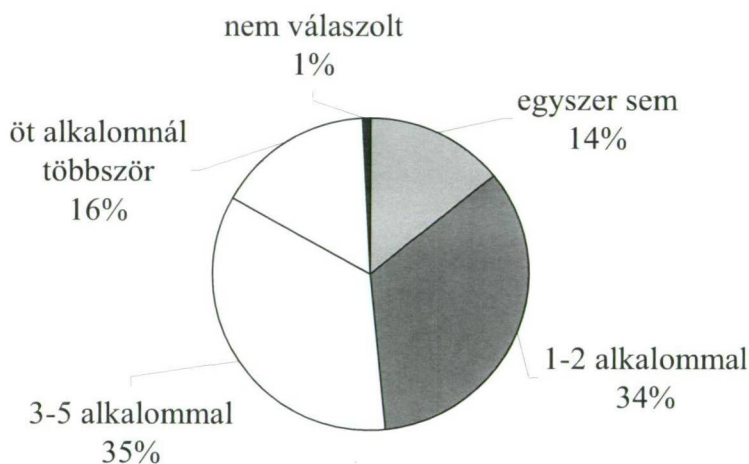
tapasztaltak hatással vannak a fogyasztási szokásokra is (vö. Utasi 2002, Michalkó 2001, Szöllős 2005).

A családi szocializáció hatása

Először a közös családi utazásokat elemezzük, ezt követően pedig a családi nyaralások hatását vizsgáljuk meg a tanulók baráti társaságukkal megszervezett utazásaira nézve.

A család szocializáló szerepét az utazási szokások kialakításánál sem hagyhatjuk figyelmen kívül. Számunkra öröndetes, hogy 2004 és 2007 között a fiatalok családjának jelentős hányada legalább egyszer volt nyaralni, sőt a megkérdezett középiskolások felének családjáról az is elmondható, hogy a vizsgált időszakban legalább három alkalommal utaztak el. Ez a magas részvétel feltehetően annak is köszönhető, hogy megyeszékhely szerepel a mintában. (25. sz. ábra)

25. ábra: A családi nyaralások a vizsgált 3 évben (2004-2007)



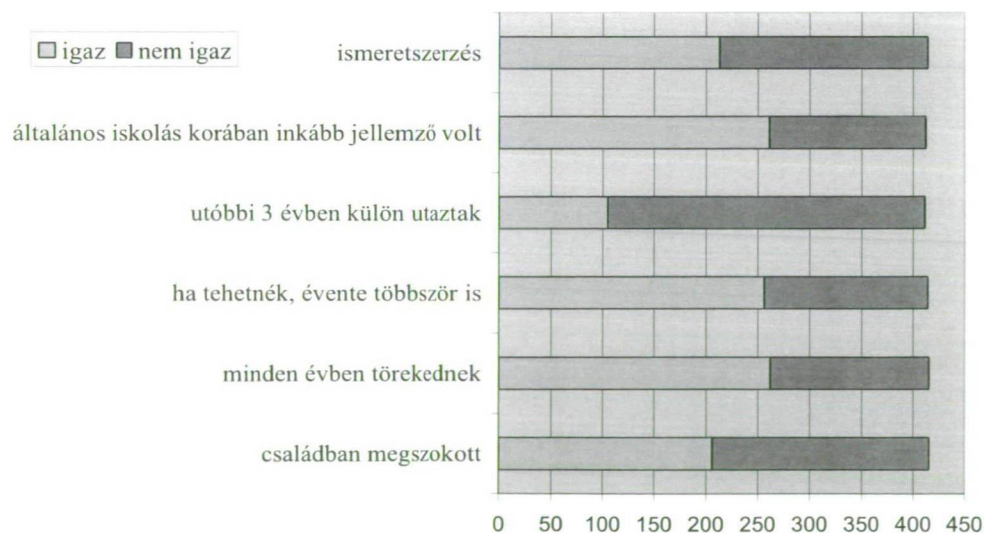
A gimnáziumban tanuló diákok családjára jellemző leginkább, hogy 2004-2007 között ötnél több alkalommal is elutaztak, és fordítva: hogy rájuk jellemző legkevésbé, hogy egyszer sem utaztak el az említett három évben (vö. Blaskó 1999; M.Á.S.T. 2004a). Ez összefüggésben áll a szülők iskolázottságával – a kulturális tőkének egyik mutatójával –, mert megállapítható, hogy a diplomás szülők családjában inkább jellemző a többszöri utazás, mint a szakmunkás végzettségű szülőknél. A lakóhelyet tekintve pedig az Egerben élő fiatalok családjának fele legalább 3

alkalommal, és egyhatodik ötnél több alkalommal is elutazott 2004-2007 között.

A családi nyaralások jellemzőit különböző állításokon keresztül is vizsgáltuk, és megállapítottuk, hogy a fiatalok családjának felében az életmód részét képezi a nyaralás. Az is elmondható, hogy azon fiataloknál, akik úgy nyilatkoztak, hogy családjukban „megszokott” dolog a nyaralás, ott a válaszadók több mint a kétharmada 2004-2007 között legalább 3 alkalommal volt nyaralni. (26. sz. ábra)

Mindez összefügg a programtípussal és a lakóhellyel is. Programtípus szerint vizsgálódva a gimnazisták családjában jellemző leginkább, hogy az utazás az életmód részét képezi. A lakóhelyet tekintve az Egerben élő fiataloknak, illetve az Egerhez közel élőknek (a bejáróknak) a családjában van jelen inkább a közös nyaralás, míg azon diákoknál, akik kollégisták és egyébként falun élnek ez kevésbé jellemző. Ennek magyarázata az lehet, hogy a nyaralás gyakorisága a településmérettel arányosan nő (vö. M.Á.S.T. 2006), s hogy a kollégistákról feltételezzük, hogy ők Egertől távolabbi falvakban laknak (ezért nem bejárók), illetve hogy a szülők iskolai végzettsége is egyenlőtlenül oszlik el a települések között (vö. Andor és Liskó 2000). Az is elmondható, hogy elsősorban az anya iskolázottsága a meghatározó: minél magasabb az anya iskolai végzettsége, annál inkább jellemző a családra a nyaralás. A diplomával rendelkező anyáknál ez az arány 67 százalék, míg a szakmunkás végzettségűeknél 26 százalék.

26. ábra: A családi nyaralás jellemzői



Ahol a család rendelkezik nyaralóval, ott még inkább jellemző, hogy a családjában „megszokott dolog” a nyaralás. Szöllős (2005) hasonló eredményre jutott, szerinte a nyaralóbirtoklók jobb anyagi körülmények között élnek és magasabb státuszúak, illetve az is jellemző rájuk, hogy átlag feletti gyakorisággal nyaralnak külföldön is. Természetesen felmerülhet a kérdés, hogy a gyakori utazás (azaz az utazások száma) a saját nyaralóba történő többszöri utazást is jelenti-e.

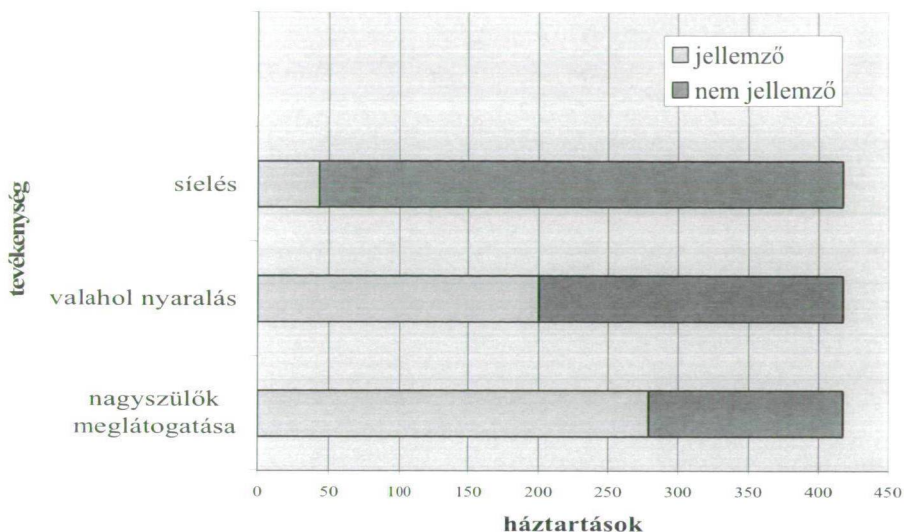
A középiskolásoknak több mint fele egyetért abban, hogy minden évben törekszenek közös családi nyaralásra, amit az is mutat, hogy közel háromnegyedük 2004-2007 között legalább háromszor volt nyaralni. Amennyiben programtípus szerint vizsgálódunk, akkor is megfigyelhető, hogy a gimnáziumban tanuló diákok családjára inkább jellemző a törekvés a közös nyaralásra, míg a szakiskolásoknak csupán fele válaszolta ugyanezt.

A fiatalok közel kétharmada egyetértett azzal a kijelentéssel is, hogy ha tehetné a család, egy évben többször is elutaznának közösen. Főként a gimnáziumban tanulók vélekednek így, és legkevésbé a szakiskolások. Szignifikáns összefüggés mutatható ki az anya iskolai végzettségét tekintve, ugyanis minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az anya, annál inkább jellemzőbb az évi többszöri utazásra való igény.

A fiatalok jelentős része egyetért azzal is, hogy általános iskolás, azaz kisebb korában jobban jellemző volt a közös családi nyaralás. Ezzel leginkább a szakiskolában tanulók értettek egyet, legkevésbé a szakközépiskolások. A fiatalok egynegyede pedig úgy nyilatkozott, hogy 2004-2007 között jellemzően külön nyaraltak ők és szüleik. Ez leginkább a szakközépiskolások, legkevésbé pedig a gimnáziumban tanulók körében jellemző (vö. Szöllős 2005), amiből arra is következtethetünk, hogy a diplomás szülők nagyobb figyelmet fordítanak arra, hogy a család együtt nyaraljon.

A családi utazás célját tekintve az is megállapítható, hogy a középiskolás fiatalok kétharmada a családjával együtt minden évben meglátogatja a nem azonos településen élő nagyszülőket (vö. M.Á.S.T. 2004a). Az egri fiatalok családjánál ennél magasabb értéket találunk, aminek feltételezésünk szerint egyik magyarázata az lehet, hogy nem ugyanazon településen élnek, mint a nagyszülők. (27. sz. ábra)

27. ábra: A minden évben megtörténő családi utazások típusa



A rokonlátogató utak mellett – a turizmus statisztikái szerint (vö. M.Á.S.T. 2004a) – a diákok felének a családja konkrét nyaralási szándékkal is útra kel, itt is magasabb értéket láthatunk az egri fiataloknál. E kijelentéssel leginkább a gimnazista tanulók értenek egyet, szignifikáns összefüggés is kimutatható a programtípus és a nyaralási szándék között. A fiatalok tíz százalékának családjára az is jellemző, hogy a téli „nyaralás”, síelés is jelen van az életmódjukban (vö. M.Á.S.T. 2004a). A síelés szintén inkább az Egerben élő fiatalokra, és a gimnáziumban tanulók családjára jellemző (vö. Szöllős 2005), ami a szülők iskolázottságával és anyagi helyzetével is összefüggésbe hozható.

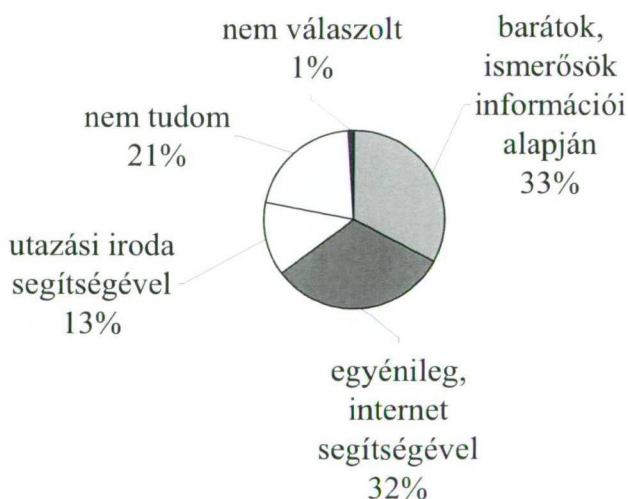
Amennyiben Losonczi (1977) fogyasztói típusaiból indulunk ki, feltételezhetjük, hogy azoknál az egri és gimnáziumban tanuló középiskolásoknál, akiknél az életmód részét képezi a nyaralás és akár a síelés is, ott a pénz megszerzésének motivációja a fogyasztás lehetőségét – akár a presztízfogyasztását – nyújtja. Amennyiben családoknál a pénz eszköz szerepet tölt be, s a tárgycentrikusság a fontos, feltételezhetően azok a családok tartoznak ide, akiknek eleve nem fontos az utazás, a nyaralás nem kézzelfogható, kevésbé maradandó volta miatt.

A diákok felének megítélése szerint a családi nyaralás helyszínének kiválasztásakor az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe veszik. Az ismeretszerzésre való törekvést leginkább az anya iskolai végzettsége

határozza meg, itt szignifikáns összefüggés is kimutatható: minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az anya, annál inkább jelezték a tanulók azt, hogy az úti cél kiválasztása során a tudásbővítési lehetőségekre is figyelnek (vö. Bourdieu 1997, DiMaggio 1998). Megvizsgáltuk az apa iskolai végzettségének befolyásoló hatását is, azonban az apa végzettsége esetén nem találtunk szignifikáns összefüggést. Feltehetően azok fogékonyabbak szabadságuk ideje alatt a kultúra iránt, akik mindennapjaik során is kultúrafogyasztók (Richards 2003) (vö. Hunyadi 2005).

A turisták által használt információforrásokat vizsgálva megállapítható, hogy a döntéshozatalban a személyes információforrások, azaz a barátok és az ismerősök szerepe nem elhanyagolható, ezt egyéb kutatások is alátámasztják (vö. Hyde és Lawson 2004). A családi nyaralás megszervezését vizsgálatunkban is a legtöbben a barátaik, ismerőseik információi alapján állították össze. Az is elmondható azonban, hogy az interneten történő információkeresés és a különböző szolgáltatások interneten történő megrendelése mindinkább növekvő tendenciát mutat (Mester 2003). Ez vizsgálatunkban is jelentkezett, mert akik nem barátaik, vagy ismerőseik információira hagytakoztak, azok jellemzően az egyéni utazásszervezést választották, és mindössze a fiatalok egytizedének a családja vette igénybe az utazási irodák szolgáltatásait. Ennél magasabb arányt az egri középiskolásoknál találtunk. Utóbbi tendenciát a magyar háztartások utazási szokásairól szóló statisztikák (M.Á.S.T. 2006) is mutatják, azaz az egyéni utazásszervezés egyre jellemzőbbé válik, főként a belföldi utak esetében. (28. sz. ábra)

28. ábra: A családi nyaralás megszervezése



Megjegyezzük, hogy a fiatalok több mint egyötöde nem tudta megmondani, hogyan történt a legutolsó családi utazás megszervezése, amiből arra következtethetünk, hogy ők nem vettek részt a közös nyaralás megszervezésében, illetve, hogy nem voltak a vizsgált időszakban utazni. Leginkább a szakiskolai tanulók, lakóhely tekintetében pedig – közel azonos arányban – a bejáró és a kollégista fiatalok nem tudtak választ adni, ami kapcsolatba hozható a település típusával és a szülők iskolázottságával is.

A családi utazás szocializáló hatása az egyénileg megszervezett nyaralásra

A család által közvetített utazási szokásokkal összefüggésben eredményeink azt mutatják, hogy ahol a család életmódjában jelen van a rendszeres nyaralás, ott a fiataloknak több mint kétharmada már 16 éves korában, vagy még korábban részt vett egyénileg nyaraláson. Az is látható, hogy azok a fiatalok, akik gyakrabban járnak el nyaralni, tudatosabban készülnek a nyári szünidő utazással történő eltöltésére: közel felük gyűjt, és tesz is félre pénzt a nyaralására. Azoknál pedig, akik nem tettek rá félre pénzt, a család anyagi helyzete kedvezőnek mondható, azaz feltételezésünk szerint így nem volt arra szükségük, hogy utazásra gyűjtsenek.

A családi minta szerepét, a családi utazás szocializáló hatását megvizsgáltuk azon keresztül is, található-e összefüggés a közös családi nyaralás és a saját nyaralás megszervezése között (vö. Szöllös 2005, Cseh-Szombathy 1990). Ahol a családi nyaralás megszervezése egyéni módon, az internet segítségével történt, ott a fiatalok 40 százaléka a saját utazását is egyéni módon szervezte meg, szemben azokkal a fiatalokkal, akiknek a családjában a nyaralást utazási iroda segítségével szervezték meg. Ebben az esetben a fiataloknak csupán 10 százaléka vette igénybe az internet adta lehetőségeket. Ahol a családi nyaralás megszervezése a barátok, az ismerősök információi alapján történt, ott a fiataloknak a 60 százaléka saját utazásakor szintén „épített” mások információira.

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy a család kulturális fogyasztása hogyan hat a fiatal turista kulturális fogyasztására, akkor megállapíthatjuk, hogy azoknál a fiataloknál, akiknél a családi nyaralás során a helyszín kiválasztásakor figyelembe vették az ismeretszerzési lehetőségeket, ott a fiataloknak több mint fele szintén figyelembe vette azt a nyaralása során. Számukra fontosnak bizonyult az új dolgok tanulásának lehetősége.

Azt is érdemes megvizsgálni, hogy azon fiatalok, akiknél a család életmódjában jelen van az utazás, hogyan vélekednek az önállóan megszervezett, szülők és egyéb felnőtt kíséret nélküli nyaralásról. Egyrészt

megnéztük: veszélyesnek tartják-e az egyénileg történő nyaralást. Azok a fiatalok, akik a vizsgált három évben egyszer sem voltak nyaralni a családdal közösen, inkább állítják ezt, szemben azokkal, akik ötnél többször is voltak a három évben nyaralni. Hasonlóképpen vélekednek a szervezésről, azaz: akik rendszeresen utaznak, azok kilencetizede inkább és teljesen egyetért abban, hogy a nyaralás előkészületekkel jár együtt. Az előbbiekből jól látható, hogy amennyiben a család életmódjában jelen van az utazás, s így az nem ismeretlen a fiatalok számára, akkor kevésbé tartják azt kockázatosnak, kiszámíthatatlannak, illetve maguk is többször megtapasztalhatták már, hogy előkészületek szükségesek.

Összefoglalva megállapíthatjuk, hogy a fiatalok turisztikai döntéseire hatással vannak a családban látottak és tapasztaltak, mind az utazási előkészületeket, mind az utazás alatt végzett tevékenységeket tekintve.

Az iskola hatása

Az iskola hatását többek között az intézmény képzési profilja szerint vizsgáltuk, mert megítélésünk szerint ez meghatározó lehet abban, hogyan viszonyulnak a fiatalok a turizmus jelenségéhez. Azon tanulóknál, akik tanult szakmájukból és szakiskolájuk vagy szakközépiskolájuk jellegéből adódóan (vendéglátóipar, szállodaipar stb.) már középiskolás éveik alatt megismerkednek a turizmus rendszerével, mindez feltehetően az a turisztikai magatartásban is nyomon követhető.

Kérdőíves vizsgálatunkat nyolc különböző középiskolában végeztük, melyek közül kettő a vendéglátóiparhoz és a turisztikai iparhoz kapcsolódik. Megjegyezzük, hogy eredményeink csak óvatosan értelmezhetők, az egyes iskolákban megkérdezett tanulók alacsony létszáma miatt. Megvizsgáltuk, hogy mennyire jellemző az említett iskolákban az iskolai szervezésű utazás. Eredményeink azt mutatják – várakozásunktól eltérően –, hogy kevés tanuló, kevés alkalommal vesz ilyenén részt. Ha az ajánlók oldaláról vizsgáljuk, leginkább a gimnáziumban tanulók utaztak olyan helyre, amelyet felnőtt (szülő, pedagógus stb.) ajánlott, a többi programtípusban tanulóhoz képest.

Azt az elgondolásunkat, mely szerint: amennyiben a tanulók a turizmus rendszerével az oktatás keretei között is megismerkednek, másképpen viszonyulnak hozzá, másképpen szervezik meg útjaikat, vagy kevésbé találják azt veszélyesnek, problémásnak stb., mint akik átfogóbb ismeretekkel nem rendelkeznek róla, el kellett vetnünk, mert nem találtunk olyan eredményeket, amelyek ezt megerősítették volna.

Másfelől az iskola környezeti nevelésének a környezeti attitűdökre gyakorolt hatását is szemügyre kívántuk venni. A környezeti neveléssel összefüggésben megállapítható, hogy e téren inkább a gimnáziumok töltenek be meghatározó szerepet. A gimnáziumban tanulók ugyanis inkább tartják fontosnak a természeti környezet megismerését, mint a többi programtípusban tanuló. Érdemes megemlíteni a kutatásnak azt a korlátját, amelyre a környezeti neveléssel foglalkozó, több iskolára kiterjedő vizsgálatnál (Varga 2006, 2009) jutottak: tudniillik, a diákok sokszor pozitívabban viszonyulnak a környezethez, mint ahogy valójában viselkednek.

Összességében elmondható, hogy nem találtunk olyan nagyon specifikus jellemzőt, mely az intézmény képzési profiljából adódóan dominánsabban érvényesülne a többi iskolához képest, azonban ennek oka lehet az alacsony létszám is, és feltehetően az egyes programtípusok (gimnázium, szakközépiskola, szakiskola) inkább bírnak determináló hatással a környezeti nevelés terén, mintsem az iskola profilja.

4.3. A tanulás lehetőségei az ifjúkori turizmus kontextusában

A következőkben a turizmus és a tanulás kapcsolódási pontjait keressük. Mint a bevezetőben megfogalmaztuk, a tanulást munkánkban tágabb és szűkebb értelmezésben is vizsgáljuk. Először a tág értelemben vett tanulási lehetőséget körvonalazzuk, nem feledkezve meg arról, hogy a tanulás ezen formája nem szükségszerűen tudatos, illetve szándékos tanulást jelent – éppen ezért mérése sem egyszerű (vö. Komenczi 2001, Pordány 2006).

4.3.1. A turizmusban való részvétel és a személyiségfejlődés

A tanulást tágan értelmezve, a személyiségfejlődés és a személyi, illetve a szociális stb. készségek, kompetenciák bővítési eszközének tekintjük (vö. Benedek 2007). A turistaélmények – felhasználva az előzetesen szerzett utazási tapasztalatokat és tudást is (vö. Jarvis 2002, Polányi 1994) – hozzájárulhatnak a személyiség fejlődéséhez, nem hagyva figyelmen kívül a kulturális erőforrásokat sem. Ezt igazolja Durkónak (1984) a regeneratív-szórakozva művelődésről vallott nézete is, amihez meglátásunk szerint a turizmus tartozik, tudniillik a regeneratív-szórakozva művelődés során végzett tevékenységekhez járulékosan fontos személyiséget gazdagító hatások kapcsolódhatnak. A "kulturális

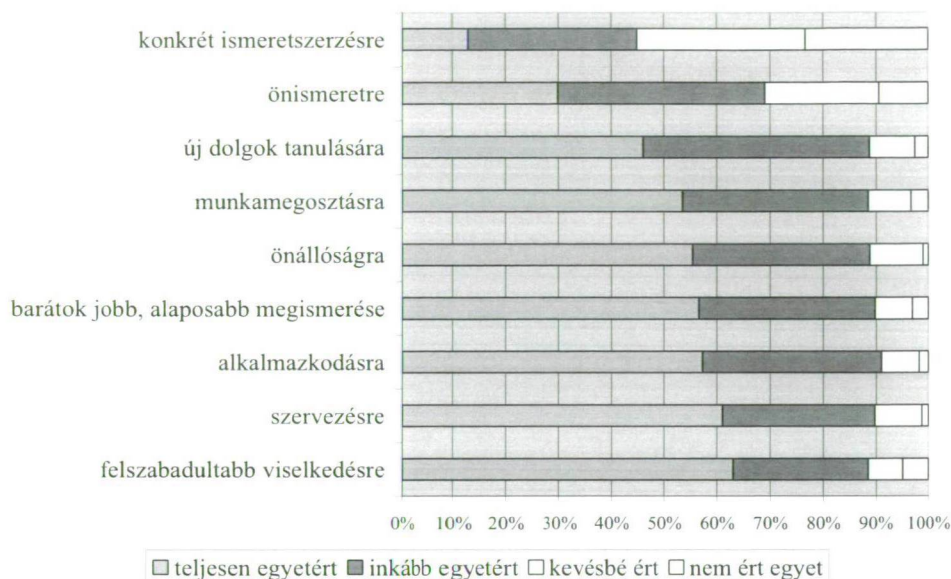
erőforrások” címszó alatt az iskolai végzettséget és az ezzel összefüggő hatást vizsgáljuk, azaz: a tanuló milyen programtípusban vesz részt (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 1998, 2002, Szira 2007).

Feltevésünket alátámasztják azon eredményeink is, melyek szerint maguk a fiatalok is jelentős számban vélik úgy, hogy az utazás lehetőséget adott számukra új tapasztalatok szerzésére (vö. Hartmann 1981, Csoma 2003b, Tót 2007). Arányában a gimnazistáknál a legmagasabb ez a szám, ezt követően pedig programtípus szerinti bontásban fokozatosan csökkenő aránnyal találkozunk.

Mindössze a fiatalok egytizede válaszolta azt, hogy nem szerzett tapasztalatokat. Ők úgy ítélték meg, hogy nem volt lehetőségük a nyaralás során újat tanulni. Érdekes megállapítás viszont, hogy annál kevésbé állították ezt a tanulók, minél inkább életmódjuk részét képezik a közös családi nyaralások.

Vizsgálatunk egyik célkitűzése volt, hogy megismerjük, miként vélekednek a középiskolás tanulók a felnőtt kíséret nélküli nyaralásról, illetve mennyiben találják „másabbnak” a baráti társasággal megszervezett nyaralást. A tanulók kétharmada teljesen egyetért abban, hogy a kísérő nélküli nyaralás nagyobb lehetőséget ad a felszabadult viselkedésre, mint amikor szülőkkel vagy más felnőttekkel utaznak. A gimnazisták ezzel inkább egyetértenek, a szakiskolások kevésbé. Ennek az egyik magyarázata az lehet, hogy a diplomás szülők jobban „fogják” gyermekeiket, kevésbé megengedők (vö. Erdős és Pusztai 2008), ezért a gyerekek a nyaralás során feltehetően oldottabbnak érezhetik magukat. Megjegyezzük, pontosan emiatt nem feledkezhetünk meg arról, hogy a fiatalok körében – főként mikor magukat felszabadultabbnak, kötetlenebbnek érzik –, a deviáns szabadidő-eltöltés és a különböző kártékony dolgok kipróbálása is megjelenhet. (29. sz. ábra)

29. ábra: Az önálló nyaralás lehetőséget ad...



A nyaraláskor a fiatalok lehetőséget kapnak a személyes képességeik alkalmazására is, azaz arra, hogy új helyzetekben és szokatlan, másik környezetben saját magukat kipróbálhassák (vö. Hartmann 1981). Ezt igazolja, hogy a fiataloknak több mint a fele teljesen egyetértett azzal, hogy az egyénileg megszervezett nyaralás során lehetősége volt a szervezési készsége gyakorlására, a többiekkel való együttműködésre, a barátok, a társak alaposabb, jobb megismerésére, az önállóságra, s a munkamegosztásra, munkaszervezésre is.

Ha fordítva vizsgáljuk a kérdést, azaz: mi az, amivel az előbb felsorolt tényezők közül egyáltalán nem értenek egyet, akkor elmondhatjuk, hogy a fiataloknak kevesebb, mint 10 százaléka állítja azt, hogy a fentiek abszolút nem jellemzőek az önálló nyaralásra, sőt, három tényezővel (a munkamegosztással, a felszabadultabb viselkedéssel, az új dolgok tanulásával) csupán kevesebb, mint 5 százaléuk ért egyet maradéktalanul (vö. Zsolnai 1998).

Nyaraláskor a gimnazisták inkább tapasztalták az önállóságot, mint a szakiskolába járók, s a fiataloknak közel egyharmada nyilatkozott úgy, hogy a nyaralás során önmagát is sokkal jobban megismerte (vö. Hartmann 1981). A lányok inkább egyetértettek ezzel, amit az is magyaráz, hogy számukra eleve fontosabbnak bizonyul a belső harmónia értéke.

Nemek szerint vizsgálódva, a lányokra jellemzőbb volt, hogy érzékelték a nyaralás alatti munkamegosztás szükségességét, – feltehetően a nemi szerepekből fakadóan –, s ebben a programtípus tekintetében sincs jelentős különbség. Az alkalmazkodás, az együttműködés fontosságát szintén inkább a lányok jelezték (vö. Zsolnai 1998).

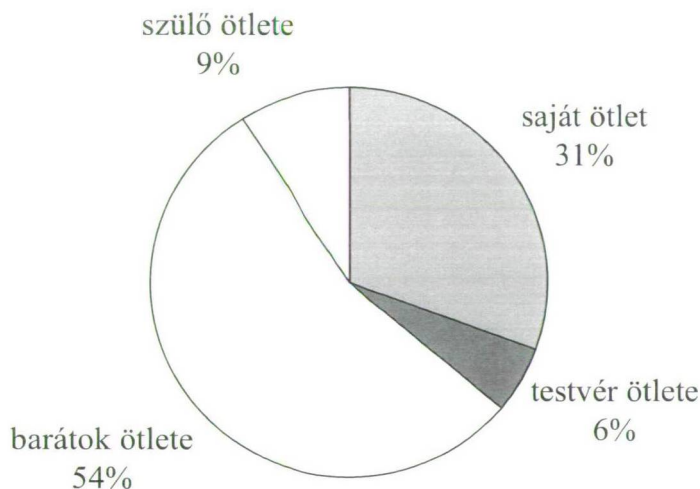
A személyiségfejlődéssel szoros kapcsolatban állnak a társas kapcsolatok és a hobbitevékenységek is (vö. Zsolnai 1998); az utóbbinak egyik fő funkciója az önmegvalósítás, a személyes célok megvalósítása. A gimnáziumban tanulókra a hobbi gyakorlása, a szabadidő tudatos eltöltése jellemzőbb volt, mint a szakközépiskolásokra vagy a szakiskolásokra. Az ismerkedés, kapcsolatteremtés iránti igény szintén a gimnáziumban tanulóknál mutat magasabb arányt, míg a szakközép- és a szakiskolás tanulóknál közel azonos ez az arány.

Az egyénileg szervezett nyaralásnak azonban nemcsak a „szépségeire” és lehetőségeire, hanem esetleges veszélyeire is rákérdeztünk. A tanulóknak csupán kevesebb, mint 10 százaléka értett azzal teljesen egyet, hogy e nyaralási forma kockázatos, mert nem lehet megbízni az emberekben, és sok bajjal, gonddal jár egy felnőtt kísérő nélküli nyaralás. Programtípus szerinti bontásban legkevésbé a gimnáziumi tanulók, és leginkább a szakiskolások voltak ezen a véleményen. Ennek okát a családi utazások gyakoriságában kereshetjük, hiszen minél jellemzőbb a családra a nyaralás, annál kevésbé gondolták azt problémásnak.

A megkérdezett középiskolások körében igen jelentős szerepet töltenek be a különböző fesztiválok is. Eredményeink alapján az eltérő fesztiválok jelentősége abban ragadható meg, hogy a fesztivállátogatás és a különböző szociális kompetenciák között szignifikáns kapcsolat található: például az alkalmazkodóképesség, a barátok alaposabb megismerése és az önállóság tekintetében (vö. Hunyadi – Inkei – Szabó 2006). A barátok, a kortársak más környezetben való alaposabb megismerése azért is különösen fontos, mert ezáltal árnyaltabb képet kaphatnak társaik jó és rossz tulajdonságairól.

A fiataloknak több mint fele barátai javaslatára (vö. Narancsik 2000, Lannert 2004) vett részt nyaraláson, ebből kétharmaduknál a közösen meghozott döntés volt jellemző, azaz: a baráti és a saját kezdeményezés is szerepet kapott a nyaralás melletti döntésben. Vagyis a kérdezettek nem csupán a barátaikra hallgattak, hanem a saját véleményüknek is hangot adtak. A fiataloknak közel egyharmada nyilatkozott úgy, hogy elsősorban a saját ötlete volt a saját társaságával történő közös nyaralás. (30. sz. ábra)

30. ábra: Ötlethozók megoszlása



Nem találkoztunk azonban releváns különbséggel az ötlethozók programtípus szerinti bontásában: közel azonos arányban hoztak saját kezdeményezésű döntést a gimnazista, a szakközépiskolás és a szakiskolás fiatalok. Nemek szerinti bontásban a fiúkra inkább jellemző volt, hogy maguk kezdeményezték a nyaralást, míg a lányoknál inkább a barátok voltak a kezdeményezők. A szülői kezdeményezés viszont magasabb értéket mutat a fiúknál, mint a lányoknál.

A vizsgálat során kísérletet tettünk arra, hogy árnyaltabb képet kapjunk a fiatalok kíséret nélküli, önálló nyaralásáról. Ennek érdekében nyitott kérdéseket alkalmaztunk, hogy a fiatalok lehetőséget kapjanak arra, hogy véleményüket saját szavaikkal is kifejezhessék. Döntő többségük a barátok alaposabb megismerését emelte ki: „megmutatkoztak az igazi barátságok”, „próbára tettük magunkat”, „összeszoktunk a veszélyek ellenére is”, „mélyítettük a kapcsolatunkat stb.” A fiataloknak egy nem mindennapi helyzetben volt arra lehetőségük, hogy barátaik, társaik erőit, vagy hibáit jobban megismerjék. Ez a lehetőség azért is fontos, mert a baráti társaságok nemcsak konstruktív, hanem destruktív hatást is gyakorolhatnak tagjaikra.

A megkérdezettek azt is kiemelték, hogy több időt tudnak együtt tölteni: „hiszen az iskolában és az iskolaidő alatt jobban levagyunk kötve”, „ritkán találkozunk, mert ők Budapesten élnek”. Jelentős vélekedés, hogy „felszabadultabbak lehettünk, azt tehetünk, amit mi akartunk”, és a közös

élményszerzés is meghatározó szerepet tölt be: „*új kalandokat éltünk át, új emberekkel ismerkedtünk meg, közösen tapasztaltunk ki dolgokat...*”.

Összefoglalva elmondható, hogy a saját társaságukkal történt nyaralás során szociális és személyi kompetenciáik fejlődéséről számoltak be a tanulók; kiemelték többek között az önállóságot, a felelősségvállalást és az együttműködési készséget.

4.3.2. Az információgyűjtés és a kulturális fogyasztás

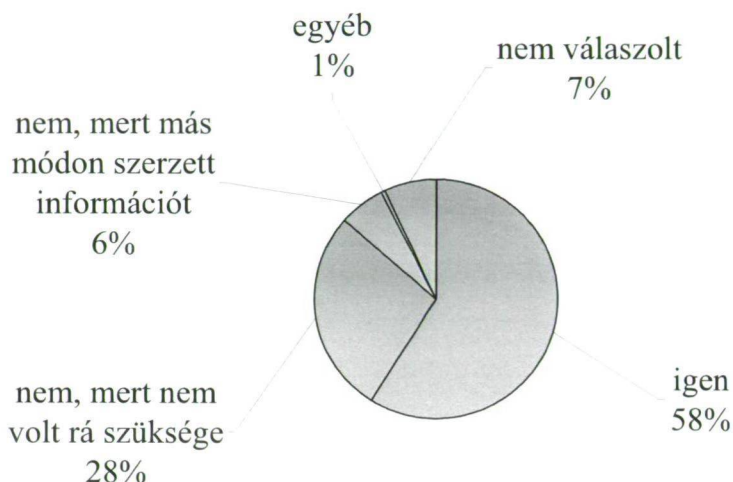
Kiindulópontunk többek között a KSH (Csernyák – Janák – Zaláné 2004) informális tanulásra vonatkozó felmérése volt, amelynek alapján a szűkebb értelemben vett tanulást a turizmus kontextusában úgy operacionalizáljuk, hogy az utazás megszervezéséhez szükséges előkészületeket és az utazás alatti tevékenységeket vizsgáljuk (vö. Forray és Juhász 2008b). Az elemzés során a kulturális tevékenységeknek (múzeumok, műemlékek látogatása, kulturális programon való részvétel stb.) kiemelt szerepet szánunk (vö. Bourdieu 1978), mert megítélésünk szerint itt a tudásbővítés még inkább feltételezhető – nem feledkezve meg arról, hogy nem feltétlenül szándékos tanulásról van szó (vö. Komenczi 2001). Hozzáteesszük, hogy a középiskolások számára semmilyen instrukciót nem fogalmaztunk meg arra vonatkozóan, hogy mit tekintsenek kulturális rendezvénynek, illetve programnak. Ezáltal nincs adatunk arról, hogy az egyes fiatalok hogyan értelmezik a kultúra fogalmát, s hogy ők milyen tartalommal töltik azt meg (vö. magas- és tömegkultúra, Gans 2003) – ez tehát a kutatás egyik korlátjának is tekinthető. Pontosítás végett megvizsgáltuk a célcsoport kulturális fogyasztását is, azaz: jártak-e múzeumban, kerestek-e fel műemlékeket, mennyire tartják fontosnak az ismeretszerzést. Ennek segítségével, megítélésünk szerint, árnyaltabb képhez juthatunk (vö. Blaskó 1999, Hunyadi 2005).

Az utazás megszervezése, az utazással kapcsolatos döntések meghozatala

A fiatalok mindössze nyolc százaléka vette igénybe az utazási irodák szolgáltatásait utazása megszervezéséhez. Esetükben tehát a szervezett utazásszervezés nem jellemző, ezért a következőkben az egyéni utazásszervezésnek szentelünk nagyobb figyelmet. Az egyéni utazásszervezéshez tartozik, amikor az egyén saját, meglévő tapasztalataira, tudására és készségeire támaszkodva nem „kész” utazási csomagot vásárol, hanem maga gyűjti össze az ahhoz szükséges információkat. A technika fejlődésével egyre több lehetőség nyílik az egyénileg történő utazás megszervezésére: míg korábban többnyire az utazási irodákon keresztül érhattuk el a külföldi és belföldi szolgáltatók (közlekedés, szállás stb.) ajánlatait, az internet segítségével otthonról közvetlenül is elérhetővé váltak a különböző lehetőségek (vö. Török 2002, Mester 2003). Így a fiatalok lehetőséget kapnak arra, hogy ők állítsák össze maguknak az ideális vakációt, saját elképzelésük szerint, teste szabottan. Az interneten a fiatalok sokféle információhoz juthatnak hozzá – mind az adott látnivalókról, mind az adott szolgáltatásokról –, éppen ezért fontos kérdés, képesek-e szelektálni a számos információ között, s megtalálják-e a számukra fontosat, hasznosat. Richards és Wilson (2007) kutatása azt mutatja, hogy a fiatal utazók általában jól informáltak, és mielőtt útnak indulnának, több forrásból tájékozódnak. Illetőleg a legközelebbi információ-forrásnak, – a családot és a barátokat megelőzve –, az internet bizonyul (Richards és Wilson 2007). Eredményeink igazolják ezt, hiszen a vizsgált fiatalok többsége is az internet segítségével szervezte meg az utazását. Mindössze 6 százalékot tesznek ki azok a fiatalok, akik más módon jutottak információhoz (vö. Komenczi 2001), ami azt is mutatja, hogy a nyomtatott könyv – jelen megközelítésben az útikönyvek, úti kalauzok – szerepe háttérbe szorulóban van.⁶⁴ (31. sz. ábra)

⁶⁴ Általában véve az olvasás elutasítására vonatkozó válaszok: „nem elég ingerdús”, „olvasás közben nem lehet mást csinálni”. A fiatalok szeretnek egyszerre több dolgot csinálni, igénylik, hogy egyszerre több inger érje őket. Részben magyarázza a könyvek „ingerhiányát”, hogy az olvasás egydimenziós tevékenység, sem vizuális, sem hangigerek nem társulnak hozzá, mert azt mindenkinek magának kell(ene) előállítani (Ságvári 2009).

31. ábra: Az internet használata az utazás megszervezéséhez

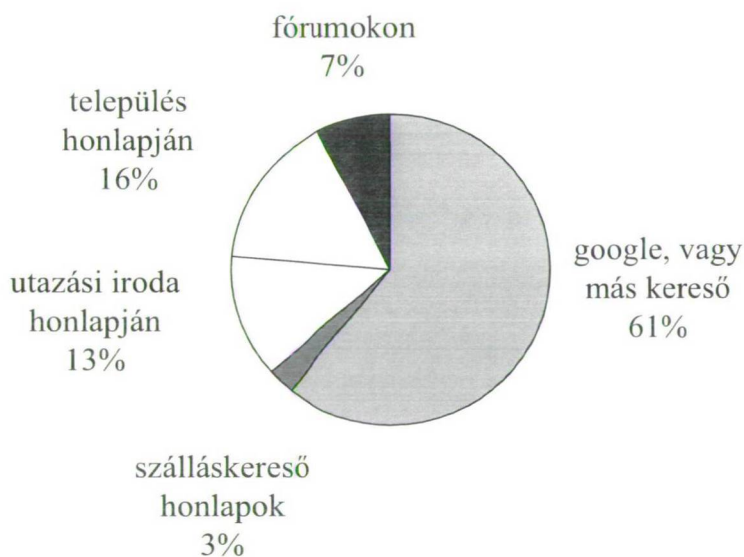


A külföldön nyaraló fiatalok inkább igénybe vették az internetes keresést, utánajárást, aminek egyik magyarázata az lehet, hogy belföldön a visszatérő látogatók aránya általában magas. Ezt mutatják a Magyar Turizmus Zrt. (M.Á.S.T. 2004a, 2006) felmérései is. Eredményeink is igazolják, hogy a belföldön nyaralók azért nem kerestek a hálón információkat, mert több mint a felük visszatérő volt, ők feltehetőleg korábbi tapasztalataikra támaszkodtak (vö. Hyde és Lawson 2004; Mester 2008).

A programtípust tekintve az utazás megszervezéséhez a gimnazisták és a szakközépiskolások inkább vették igénybe az internetet, a szakiskolában tanulók kevésbé (vö. Nagy 2001). Ez összefüggésben áll a kitűzött célokkal és tevékenységekkel, hiszen az interneten való információkeresést nagyban befolyásolta az, hogy a tanuló milyen céllal kelt útra, és az utazás alatt végzett tevékenysége a ki- vagy a bekapcsolódást szolgálta-e. Eredményeink azt mutatják, hogy akik műemlékeket, múzeumokat vagy kulturális rendezvényeket kerestek fel nyaralásuk alatt, azoknak közel kétharmada használta a világhálót utazása megszervezéséhez. A böngészés, információkeresés leginkább azokra volt jellemző, akik kulturális programokon is részt vettek vagy világörökségi helyszíneket látogattak meg. Kevésbé volt jellemző viszont azoknál, akik elsősorban a kikapcsolódásra koncentráltak, azaz a nyaralás alatt csupán strandolással, vagy vásárlással töltötték az idejüket.

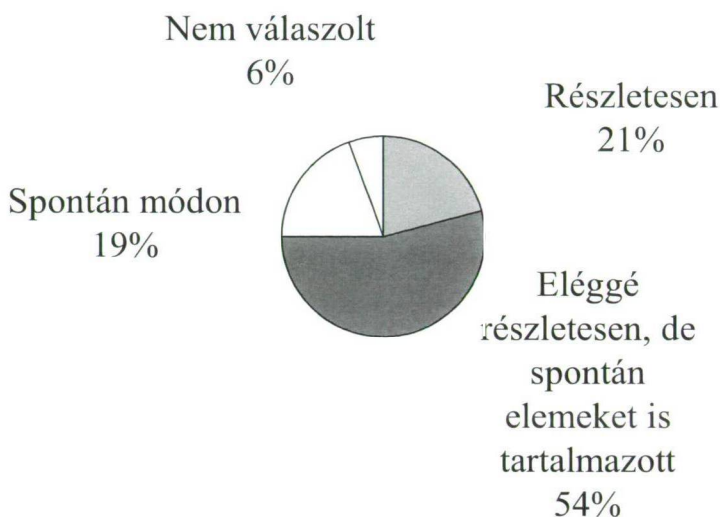
A legfontosabb információforrás az internetet használók körében a „Google” (vagy egyéb keresőportál) volt, ezt követte az adott település honlapja. A középiskolások egyhatoda utazási irodák honlapján is keresgélt. A fiatalok hét százaléka különböző fórumok segítségét is igénybe vette, szintén megegyező arányban. (32. sz. ábra) Amennyiben nemek szerint vizsgálódunk, a fiúk inkább használták a keresőportálokat, mint a lányok. Ennek egyik magyarázata lehet, hogy a fiúkat inkább jellemezte, hogy saját ötletük volt a nyaralás; míg a lányok inkább barátaik, akár párjuk javaslatára mentek nyaralni.

32. ábra: Internetes információforrások megoszlása



Érdekes azt is megvizsgálni, hogy a fiatalok, egyénileg megszervezett nyaralásukat mennyire részletesen, körültekintően, vagyis mennyire tudatosan szervezték meg (vö. Mérő 2001). A válaszadóknak több mint a fele – saját megítélése szerint – eléggé részletesen megszervezte utazását, de nyitottak voltak az újdonságokra is. A többiek közel azonos arányban szerveztek spontán módon, illetve részletesen/alaposan. Akik körültekintően szervezték meg nyaralásukat, azok kilencetizede gimnáziumba, illetve szakközépiskolába jár, s kétharmaduk eleve mindennap internetezik. Így az utazás megszervezéséhez is használtak internetet. (33. sz. ábra) Feltételezhetjük, hogy esetükben az internethasználatot illetően az erőforrás-bővítő felhasználói típusról van szó (vö. Nagy 2006).

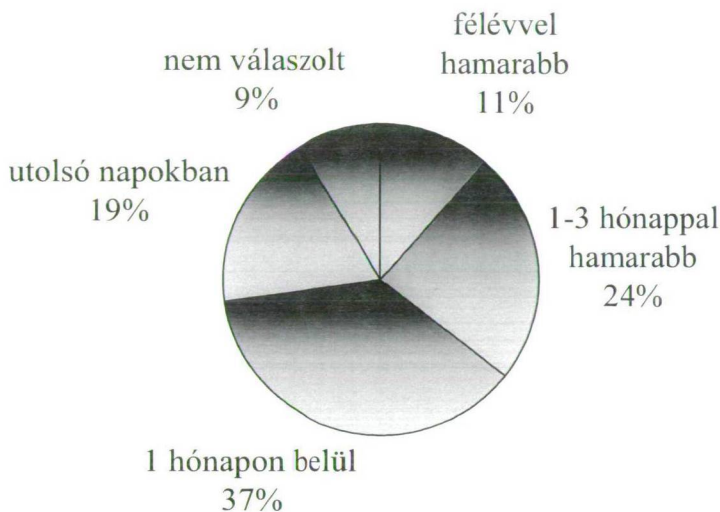
33. ábra: Az önálló nyaralás megszervezése



Tehát a gimnazisták jelentős része viszonylag részletesen megszervezte a nyaralását, de spontán elemeknek is teret hagyott. A teljes spontaneitás, a szervezés, a tervezés nélküli szervezés a szakiskolai tanulókra jellemzőbb, egynegyedük teljesen „szabad utat engedett”. Érdekes módon a fiúkra inkább jellemző volt a részletesebb, alaposabb szervezés, mint a lányokra, aminek magyarázatát szintén abban kereshetjük, hogy a fiúknak jellemzően saját ötletük volt a nyaralás.

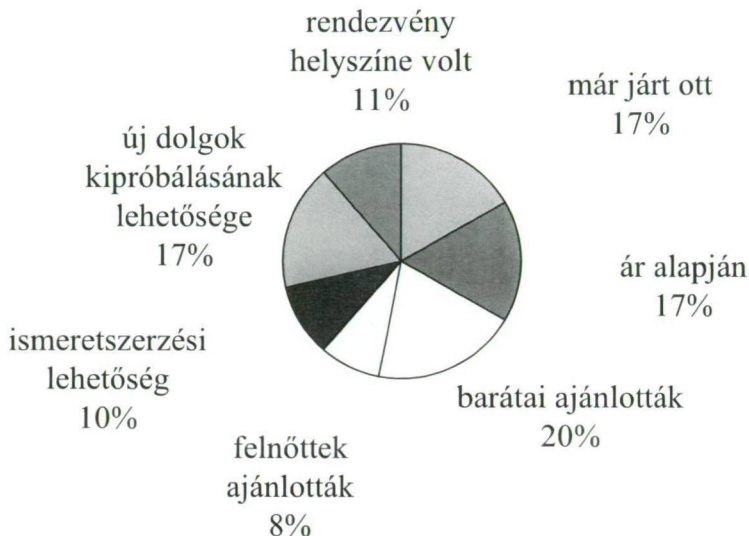
A fiatalok egytizede – elsősorban gimnáziumban tanulók – nagyon előrelátó volt: ők már fél évvel hamarabb elkezdték a szervezést, és. A középiskolások egyötöde viszont csak az utolsó napokban látott neki a szervezésnek, azonban itt is felülreprezentáltak a gimnazisták és a szakközépiskolások. A fiataloknak több mint egyharmada az utazást megelőző egy hónapon belül látott neki a szervezésnek. Azon középiskolásoknak, akik az utazás megszervezésekor használták az internet adta lehetőségeket, mindössze egyhatoda hagyta a szervezést az utolsó napokra, közel felük már egy hónappal hamarabb nekilátott. (34. sz. ábra)

34. ábra: Önálló nyaralás megszervezése, időben



Kíváncsiak voltunk arra is, hogy mi alapján döntenek a fiatalok a felkeresni kívánt helyszín mellett. Megállapítható, hogy a nyaralás helyszínét illetően a leginkább döntő tényező a barátok javaslata volt, ami nem is meglepő, hiszen ők azokat a dolgokat ajánlják, amelynek maguknál is tetszést váltanak ki (vö. Narancsik 2000, Lannert 2004). Azonban ők sem hagyatkoztak csupán a barátaikra, hanem saját maguk is utánajártak, keresgéltek az interneten információkat. Amennyiben a fiatalok már jártak korábban az adott helyszínen, akkor több mint a felük saját maga javasolta a nyaralást.

A helyszín kiválasztásakor a fiatalok az új látnivalókkal való találkozás lehetőségét is figyelembe vették (vö. Hartmann 1981), s egytizedük az ismeretszerzést is fontosnak tartotta. Az ismeretszerzésre törekvők az új dolgok tanulását inkább vagy nagyon fontosnak tartják a nyaralás során, s ennek megfelelően közel kétharmaduk a helyszín kiválasztásakor is az új nevezetességgel való találkozás reményében döntött. (35. sz. ábra) Amennyiben a kulturális tőke egyik mutatóját, az iskolai végzettséget vizsgáljuk (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002), akkor a szülőkről elmondható, hogy a tanulók több mint felének apja legalább érettségivel rendelkezik, s kétharmaduknál az anya is legalább érettségizett.

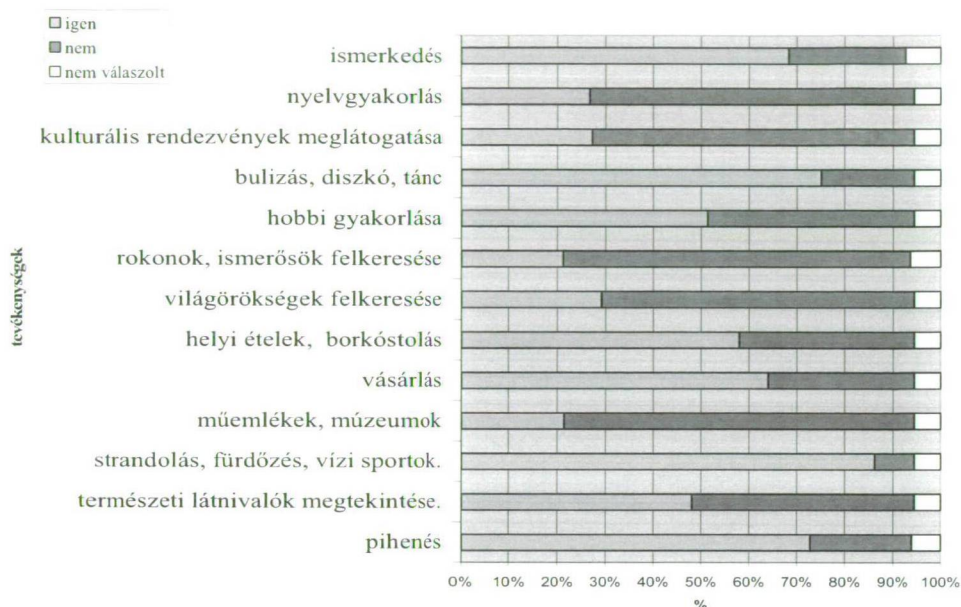
35. ábra: A helyszín kiválasztását befolyásoló tényezők megoszlása

Az ismeretszerzésre törekvő fiataloknak több mint a fele részletesen megszervezte az utazását, de ők is hagytak teret a szabad döntéseknek. Az is megállapítható, hogy készültek az utazásra, hiszen a szervezést 40 százalékuk egy hónappal korábban megkezdte, és használták hozzá az internet kínálta lehetőségeket.

A nyaralás során végzett tevékenységek

A nyaralás során végzett tevékenységeket tekintve – a korosztály sajátosságainak megfelelően – a rangsor első három helyén a strandolás, a bulizás és a pihenés állnak (vö. Mester 2008). Ezek összhangban vannak azzal, mit várnak el a fiatalok egy jó nyaralástól (vö. Danielson et al. 2003). A nyaralás helyszínének kiválasztásában jelentős szerephez jutott a vízpart, hiszen közel a tanulók fele a Balatonnál, illetve a Tiszánál töltötte nyaralását. Azt is fontos megjegyeznünk, hogy a fiatalok elsősorban nem rokonlátogató utazásokon vettek részt (vö. M.Á.S.T. 2006): az egyénileg utazóknak mindössze egyötöde kereste fel rokonát, ismerősét, ettől eltérő (magasabb) érték a gimnazista fiataloknál található (vö. Hirling 2006). (36. sz. ábra)

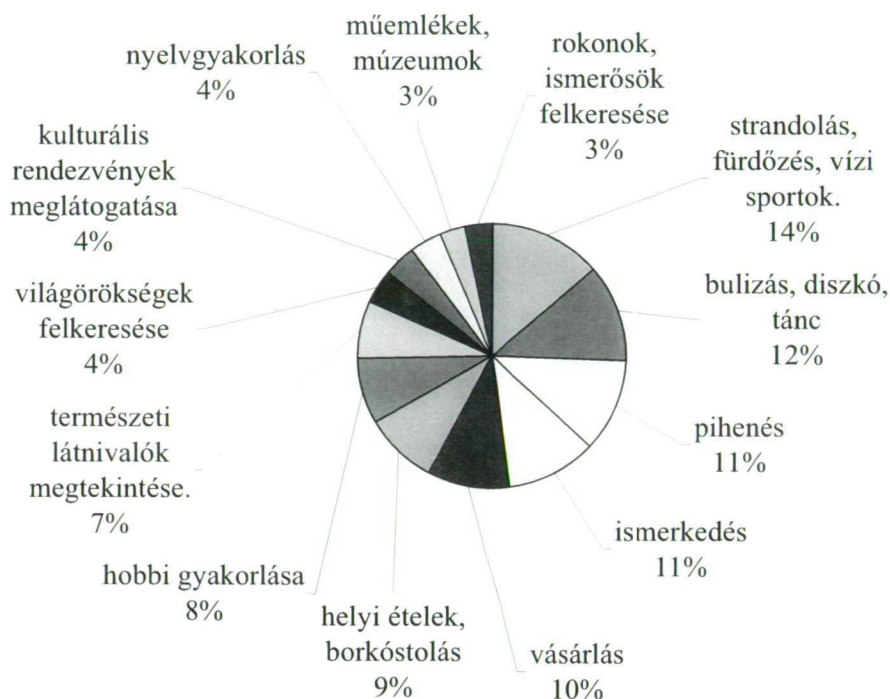
36. ábra: A nyaralás alatt végzett tevékenységek



A kultúrával, természeti környezettel összefüggő tevékenységek a rangsor közepén és végén találhatók (vö. Hunyadi 2005, Mester 2008). A természeti látnivalókat a fiatalok közel fele kereste fel, ez az érték azonban a szakközépiskolába járóknál látszik magasabbnak, míg a szakiskolásoknál a legalacsonyabbnak.

Nyaralása során a fiatalok egynegyede volt kulturális programon, rendezvényen, és mintegy egyötödük volt múzeumban, vagy keresett fel műemlékeket (vö. Hirling 2006). (37. sz. ábra) Azoknak, akik jártak múzeumban, vagy más műemlékeket látogattak nyaralásuk alatt, kétharmada eleve úgy nyilatkozott, hogy számára inkább vagy nagyon fontos a kulturális programok látogatása a nyaraláskor (vö. Tót 2007). Szignifikáns összefüggés is kimutatható az ismeretszerzési lehetőségekre törekvés és a kulturális rendezvények látogatása között.

37. ábra: A nyaralás alatt végzett tevékenységek megoszlása



Kultúra iránt érdeklődést elsősorban a gimnáziumban tanulók mutattak (vö. Bourdieu 1978; Hunyadi 2005), és legkevésbé a szakiskolások, ami összefüggésben áll a szülői háttérrel is. Akik felkerestek kulturális programokat, rendezvényeket, azoknak fele inkább, illetve nagyon fontosnak tartja a kulturális rendezvényeken való részvételt a nyaralás során; bár olyan a középiskolások is felkerestek kulturális rendezvényeket, akik azt állították, hogy számukra egyáltalán nem fontos a kultúra. Esetükben a „véletlenül” vagy „váratlanul” kulturális érdeklődésű turisták típusával találkozunk, kérdés, hogy a szerzett kulturális élmény milyen mélységű (vö. Sulyok 2005).

A világörökségi helyszíneket a szakközépiskolás és a gimnazista tanulók közel azonos arányban keresték fel, legkevésbé a szakiskolások mutattak érdeklődést irántuk. A világörökségi helyszíneket felkeresők több mint fele a kultúrával való találkozást eleve fontosnak tartja egy nyaralás során.

A nyaralás alatt az idegen nyelvi tudást elsősorban a gimnazisták gyakorolták, ami kapcsolatba hozható azzal, hogy a gimnazista fiatalok

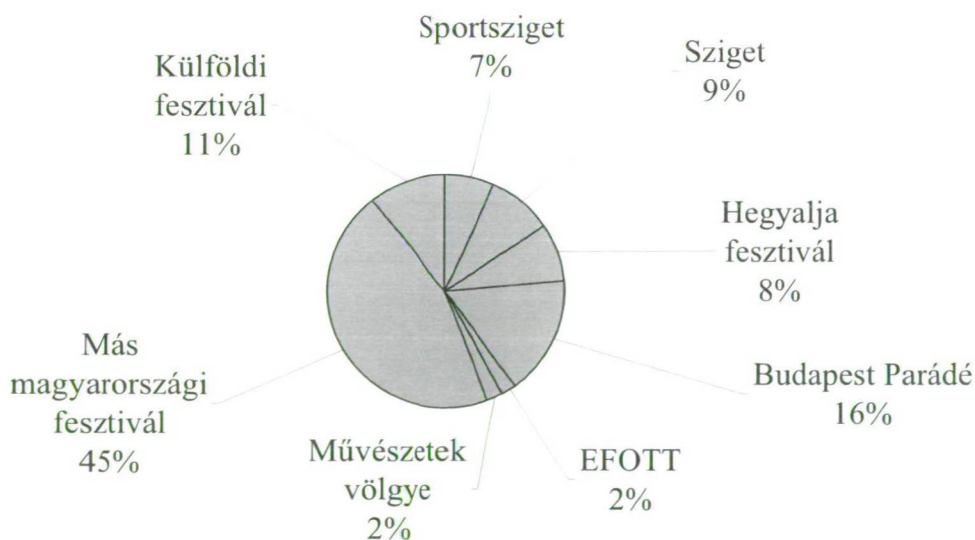
inkább rendelkeznek nyelvvizsga-bizonyítvánnyal (és ezáltal feltételezett nyelvtudással), mint a szakközépiskolások, vagy a szakiskolások.

Nemek szerint vizsgálódva talákoztunk olyan tevékenységekkel, amelyek a fiúknál és a lányoknál eltérően jelentkeztek. A fiúkra inkább jellemzőbb volt hobbijaik gyakorlása a nyaralás alatt, míg a lányok magasabb arányban vettek részt kulturális tevékenységekben, vagyis kulturális rendezvények látogatásában, és műemlékek, múzeumok felkeresésében. DiMaggio (1998) hasonló eredményről számol be: a lányok, az ő felmérései szerint is, inkább vesznek részt kulturális tevékenységekben, mint a fiúk. Blaskó (1998) vizsgálatában szintén erre az eredményre jutott, vagyis hogy a lányok nagyobb arányban, illetve gyakrabban veszik ki a részüket a kultúra különféle formáiból. Szintén a lányoknál mutat magasabb értéket a vásárlás, feltehetően a nemi szerepekből fakadóan.

Amennyiben az egyes tevékenységeket a nyaralás helyszínével összefüggésben vizsgáljuk, elmondható, hogy azok a fiatalok, akik elsősorban a pihenésre koncentráltak, a vízpart mellett töltötték nyaralásukat. Múzeumokat elsősorban a külföldön nyaralók kerestek fel, és idegen nyelveket szintén főként a külföldön, illetve a Balaton partján nyaralók használták, ahol a lehetőségek is inkább adottak voltak.

Kérdőívünkben megkíséreltük felsorolni a megítélésünk szerint leginkább látogatott fesztiválokat, azonban a felsorolt fesztiválok közül elsősorban az egyéb magyarországi fesztiválra érkezett a legtöbb válasz. (38. sz. ábra)

38. ábra: Meglátogatott fesztiválok



A Budapest Parádén a szakiskolások mintegy 40 százaléka részt vett (ez az arány a gimnazista tanulóknál csupán 9,5 százalék), és ők szintén magasabb arányban vettek részt a Sportszigeten. Hasonló eredményt mutat más kutatás is: a gimnazistáknál például a Művészetek Völgye, a szakiskolai tanulóknál pedig a Budapest Parádé kedveltebb (Hunyadi – Inkei – Szabó 2006). Az egri fiatalokról készült kutatásban (Bauer et al. 2005) is megegyező eredménnyel találkozunk, azaz az Egerben élő fiatalok körében szintén közkedveltek a fővárosban megrendezésre kerülő ingyenes „tömegrendezvények”, s ezeket a rendezvényeket inkább a kevésbé képztettek látogatják közülük (vö. Gábor és Szemerszki 2007). A fiatalok egytizede külföldi fesztiválon is volt, azonban itt releváns különbségek, a mintaelem alacsony számát tekintve, nem mutathatók ki. A fesztiválokon való részvétel és az ismeretek bővülésének lehetőségei között – feltehetően a más kultúrákkal való találkozásnak köszönhetően – szignifikáns összefüggés található.

Kíváncsiak voltunk arra, hogy a fiatalok véleménye szerint az utazás lehetőséget ad-e konkrétan az ismeretek bővülésére, vagyis mennyire jelenik meg számukra a tudatos tanulás lehetősége (vö. autonóm tanulás, Forray és Juhász 2008b). A megkérdezettek közel fele egyetértett a tanulási lehetőségek jelenlétével (12 százalékuk teljesen és közel 30 százalékuk inkább egyetértett), elsősorban a kulturális tevékenységet végzők. Ki kell emelnünk azonban, hogy az ismeretszerzésre törekvők teljesen egyetértenek azzal, hogy az utazás során szerezhető olyan ismeret, mely elősegíti a korábban tanultak mélyebb rögzülését is (vö. Forray és Juhász 2008b).

Amennyiben általánosabban tettük fel a kérdést, azaz: tanulhat-e új dolgokat a nyaralás során, megállapíthatjuk, hogy erre viszont már a csoport közel kilenctizede egyetértő választ adott.

Ez is jól mutatja, hogy a szabadidőben történő tanulás sokszor nem is tudatosul az egyénben (vö. Komenczi 2001), és a középiskolások magát a tanulás folyamatát feltehetően inkább a formális keretek közé sorolják. Éppen ezért az is fontos kérdés, hogy az iskolarendszerű oktatás képes-e felkészíteni a tanulókat a tanulás elsajátításának a képességére (vö. Harangi 2004). Vizsgálatunkban a gimnáziumban tanuló diákok jelezték elsősorban azt, hogy az utazás során alkalmuk volt új dolgok tanulására, azaz feltehetően leginkább az itt tanulók sajátították el az élet minden területén fellelhető tanulás szemléletét.

4.4. Turistatipológia

Kutatások alátámasztják, hogy az ifjú korosztály érdeklődése, szabadidő eltöltési módjai nem azonosak (vö. Bauer és Szabó 2005; Bauer et al. 2005; DiMaggio 1998; Hunyadi 2005), – ami a nyaralással kapcsolatos nézeteikből is jól látszik. Ezért kísérletet tettünk az ifjú turisták tipizálására.

Az elemzés során megvizsgáltuk, mit tartanak fontosnak a fiatalok a nyaralással kapcsolatban, és megállapítottuk, hogy ezek a kérdések a KMO and Bartlett's Test alapján alkalmasak faktoranalízis futtatására.

Az első faktort a kultúra iránti érdeklődésről neveztük el, hiszen erre a faktorra jellemző a nyitottság az új dolgok, más kultúrák iránt, illetve hozzá tartoznak a kedvelt kulturális programok. A második faktor (Szórakozó-bulizó) alapját a bulizás, a flörtölés, az ismerkedés adja. A harmadik faktor (Kontraszt élményeket keresők) kevertnek mondható, hiszen szerepet kap benne a bulizás, az izgalmas élmény keresése, azonban a kultúra iránti érdeklődés is kimutatható. (22. sz. táblázat)

22. táblázat: Faktorok

	Komponensek		
	Kultúra iránt érdeklődő	Szórakozó, bulizó	Kontraszt élményeket kereső
ismerkedés fontossága		,748	
új dolgok tanulásának fontossága	,788		
pihenés fontossága			,701
más kultúrák megismerésének fontossága	,791		
flörtölés fontossága		,814	
jól érezze magát fontossága			,562
izgalmas élmények szerzésének fontossága			,554
azt tenni, amit akar		,537	,479
bulizás fontossága		,619	,466
kulturális programok fontossága	,614		,416

(Sig: 0, 000)

Turistatípusok a középiskolások körében

A következőkben a fiatalokat „turisztikai fogyasztásuk” alapján vizsgáljuk. A faktorok alapján turista típusokba rendeztük a megkérdezett középiskolásokat⁶⁵, amihez klaszteranalízist használtunk, azaz: a faktorok alapján klasztereket hoztunk létre. A klaszteranalízis során három fő típust képeztünk, amelyeket a faktorok alapján neveztünk el. Megállapítható, hogy öt százalékos szignifikancia szinten mind a három faktor szempontjából (kulturális, szórakozás, kontraszt élmény kereső) jelentősen elkülönülnek egymástól a létrejött csoportok. Mindösszesen három olyan tanuló található a mintában, akiket sehová sem sikerült besorolni.

„A kultúra iránt érdeklődők”

Ebbe a csoportba tartozik a megkérdezett fiatalok egyharmada, akiknek több mint a fele lány. Jellemzően egriek és gimnáziumi tanulmányokat folytatnak. Szüleiket tekintve egyharmaduknak felsőfokú végzettségű az édes/nevelőanyja, azonban az apák között szakmunkát végzők és diplomával rendelkezők egyaránt előfordulnak. Értékkrendjük inkább posztmaterálisnak mondható, az ide tartozó fiatalok például fontosnak tartják az udvariasságot, a belső harmóniát.

Nyaralásukra az jellemző, hogy elsősorban tudatosan, és nem spontán módon szervezik meg azt. Jól mutatja ezt az is, hogy csaknem 60 százalékuk használja az internetet utazása megszervezéséhez. Nagy (2006) kutatásában az ifjúság körében az internetezők között felhasználói típusokat különített el, összevetve ezzel a saját vizsgálatunkat, úgy ítéltük meg, hogy esetükben az információszerző-erőforrásbővítő felhasználói motívummal találkozhatunk. A megkérdezettek már az úti cél kiválasztásakor is figyelembe vették a nevezetességekkel való találkozás lehetőségét. Nyaralásuk során egyharmaduk kulturális élményekben is részesült, azaz műemlékeket, múzeumokat, világörökségi helyszíneket és természeti látnivalókat kerestek föl.

A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve közel 70 százalékuk teljesen egyetért azzal, hogy a nyaralás megszervezése, előkészítése odafigyelést igényel. Nyitottak az új dolgokra, több mint felük egyetért azzal, hogy egy utazás során mindig lehet új dolgokat tanulni. Legkevésbé azzal értenek egyet, hogy a nyaralás sok vesződséggel jár, s leginkább azzal,

⁶⁵ A klaszteranalízis során csak azokat a középiskolásokat vettük figyelembe, akik már voltak önállóan, szüleik nélkül nyaralni.

hogy alkalmazkodóképességet igényel. Közel kilenctizedük nyilatkozott úgy, hogy a nyaralás során gyűjtött tapasztalatokat.

„A bulizásra, szórakozásra vágyók”

A megkérdezett fiataloknak körülbelül 40 százaléka tartozik ide. Kétharmaduk fiú, és szüleiket tekintve egyharmaduknak felsőfokú végzettségű az édes/nevelőanyja. Fontosnak tartják a materiális értékeket, mint például a hatalmat, a vezetésre és döntésre való jogot. A három csoport közül számukra legkevésbé fontos a vallás, az udvariasság, illetve a belső harmónia.

Nyaralásukra az jellemző, hogy ők vélik úgy legkevésbé, hogy a nyaralás előkészületekkel jár, amit az is mutat, hogy az internet adta lehetőségeket az utazás megszervezéséhez kevésbé használták. Egynegyedük a spontaneitásra hagyatkozik, vagyis kevésbé tartják fontosnak megtervezni a nyaralást, jöllehet, itt a legmagasabb a mindennap internetezők aránya. Megítélésünk szerint az ő esetükben, az internethasználatot illetően, a rekreációs felhasználói motívummal találkozhatunk (vö. Nagy 2006). Eredményünk is jól alátámasztja, hogy nem csupán azt érdemes vizsgálni, hogy valaki használja-e az internetet, hanem azt is, hogy azt milyen célokhoz, tevékenységekhez veszi azt igénybe.

A nyaralás alatti tevékenységeiket vizsgálva a kikapcsolódás keresése, azaz a diszkózás és a pihenés a leginkább jellemző, vagyis olyan dolgokkal töltik idejüket, amelyek valóban kevés előkészületet, előzetes foglalkozást igényelnek. Ők gondolják legkevésbé, hogy a nyaralás ismeretszerzési lehetőségeket is rejt magában, illetve, hogy tapasztalati forrás is, ami tevékenységeikben is jól megnyilvánul, melyek elsősorban a kikapcsolódást, és nem a „bekapcsolódást” szolgálják.

A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve az ebbe a csoportba tartozók értenek leginkább azzal egyet, hogy a nyaralás sok veszéllyel, bajjal járhat együtt.

„Aktív, mindenevők, kontraszt élményeket gyűjtők”

Ide sorolható a tanulók egyötöde. Többségük fiú, csupán egynegyedük egri, és egynegyedüknek édes/nevelőanyja diplomás. Értékvilágukat tekintve fontos érték számukra a békés világ, az udvariasság, és a belső harmónia, így a kultúra iránt érdeklődőkhöz hasonlóan a

posztmateriális értékeket tartják fontosabbnak. A három csoport közül itt rendelkeznek a legtöbben sok baráttal és sok szabadidővel.

Teljesen egyetértenek azzal, hogy a nyaralás megszervezése odafigyelést igényel, és ők értenek leginkább egyet azzal, hogy mindig lehet új dolgokat tanulni egy nyaralás, utazás során. Egyötödük keresett fel a nyaralása alatt műemlékeket, múzeumokat, világörökségi helyszíneket és természeti látnivalókat.

Az aktív idő-eltöltést, a több mindenre való nyitottságot mutatja, hogy a pihenés vagy a „semmittevés” rájuk volt a legkevésbé jellemző a nyaralás során: a nyaralás minden percét kihasználták. Jóllehet a buliba, diszkóba járók száma is magas, az úti cél kiválasztása során az ismeretszerzési lehetőségeket is figyelembe veszik.

A nyaralással kapcsolatos véleményüket tekintve itt is magas azok száma, akik úgy érzik, a nyaralás során lehet tapasztalatokat gyűjteni.

A „szórakozásra, bulizásra vágyók” és „a kultúra iránt érdeklődők” csoportjának összehasonlítása a turizmus során megvalósuló tanulásuk szemszögéből

A három típus elkülönítése után azt tételeztük, hogy leginkább a kultúra iránt való érdeklődés, illetve a bulizás, szórakozás iránti vágy különül el egymástól, ezért a faktorok alapján klaszteranalízis segítségével két csoportot képeztünk. Ennek alaposabb vizsgálatát azzal indokoljuk, hogy az utazás motivációjából fakadóan a kikapcsolódásra, vagy a bekapcsolódásra való igény e két csoportnál különül el a legmarkánsabban. A szabadidőben történő tanulás is így taglalható leginkább. A tanulást úgy vizsgáljuk, hogy az utazási előkészületeket és a végzett tevékenységeket – ahol kiemelt szerepet szántunk a kulturális tevékenységeknek –, illetve az utazás hasznosságának megítélését elemezzük. Hangsúlyozzuk, hogy az ilyen módon történő tanulás nem minden esetben jelent tudatos tanulást (vö. Komenczi 2001), hatásuk azonban a mindennapi élet során releváns lehet.

„A szórakozásra, bulizásra vágyók” és a tanulás

Ebbe a csoportba jellemzően fiúk tartoznak, a szórakozásra vágyóknak több mint kétharmada fiú. A programtípus szerinti bontás alapján a többségük szakiskolába és szakközépiskolába jár. A szülők iskolázottságát tekintve az apa esetében nem talákoztunk szignifikáns különbséggel, az anya iskolázottságát nézve azonban elmondható, hogy csupán a diákok egynegyedének az édes/nevelő anyja felsőfokú

végzettségű. A fiatalok háromnegyedének sok barátja, és saját bevallása szerint sok szabadideje van. Többségük bejáró, a helyiek és a kollégisták közel azonos arányban találhatók ebben a csoportban. Közel kilenczikednek nincs nyelvvizsgálója. Egyharmaduk dolgozott a nyáron, amit magyaráz maga a programtípus is. A materiális értékeket tartják fontosabbnak.

A nyaralás közel felüknel saját ötlet volt, és többségük a spontaneitás mellett döntött. Mindössze egyhatodik szervezte meg részletesen, tudatosan a nyaralását, nem tartották fontosnak az utánajárását, az előzetes információgyűjtést. Mindez összefüggésben áll a nyaralás során végzett, elsősorban kikapcsolódásra összpontosító tevékenységekkel.

A nyaralás alatt végzett tevékenységeiket tekintve, a rangsor elején a strandolás, a bulizás, a diszkó, a pihenés és a helyi ételek, borok megkóstolása áll. A Schulze által (1992) leírt „szórakozó” miliő hasonló jellemzőket mutat, mint ez a típus (lásd: alacsonyabb képzettség, élményorientáció, erős ingerek, vízpart). A nyaralás során kulturális rendezvényeket kevésbé kerestek fel. Minden esetben öt százalékos szignifikancia-szinten egy gyenge erősségű kapcsolat mutatható ki a végzett tevékenységeket illetően. Közel egyötödük úgy nyilatkozott, hogy nem érzi azt, hogy a nyaralásakor szerzett volna tapasztalatokat.

„A kultúra iránt érdeklődők” és a tanulás

A kultúra iránt érdeklődők csoportjába több lány tartozik, mint fiú és bár nem szignifikáns az összefüggés, ebben a csoportban, a szórakozásra vágyókkal szemben több a megyeszékhelyen élők száma. Több mint felük gimnáziumba jár, és közel negyven százalékuk édes/nevelőanyja diplomával rendelkezik. Egynegyedüknek van nyelvvizsgálója. Kevésbé állítják azt, hogy sok szabadidővel rendelkeznek. Értékvilágukat tekintve kevésbé tartják fontosnak a materiális értékeket, sokkal inkább jellemzi őket a harmóniára, és a természettel való egységre való törekvés. Esetükben alig jellemző a nyári munkavállalás.

Mindössze egytizedük döntött spontán úti elhatározások mellett, többségük tudatosan, egynegyedük pedig teljes részletességgel szervezte meg nyaralását. Az ide tartozók inkább egyetértenek azzal, hogy a nyaralás előkészítése odafigyelést igényel.

A nyaralás alatt végzett tevékenységeik közt szintén megtalálható a strandolás és a pihenés, azonban az ebben a csoportban lévők magasabb arányban vettek részt – a szórakozásra vágyókkal szemben – kulturális programokon. Azaz: inkább kerestek fel múzeumokat, műemlékeket,

világörökségi helyszíneket és természeti látnivalókat, melyek jó lehetőségeket nyújtanak az ismeretek, tudások bővítésére. Ők már az úti cél kiválasztásánál is figyelembe vették a kulturális lehetőségeket, eleve annak függvényében szervezték meg útjaikat, ellentétben a szórakozásra vágyókkal. A nyaralás során kevésbé volt jellemző rájuk a bulizás, diszkózás.

Az ebbe a csoportba tartozók inkább egyetértének azzal, hogy a baráti társasággal történő nyaralás különböző típusú együttműködéseket és alkalmazkodóképességet igényel. Esetükben a nyaralás személyiséget építő, gyarapító hatása is jelen volt, bevallásuk szerint arra is lehetőségük nyílt, hogy önmagukat jobban megismerjék. Vagyis az utazás pozitív hatást gyakorolt a különböző szociális kompetenciák fejlődésére.

A két csoportot összehasonlítva elmondható, hogy azok mind a társadalmi nem, mind a programtípus szerint jól elkülöníthetőek. A kultúra iránt érdeklődők között több a lány, mint a fiú, s többségük gimnáziumba jár. A szórakozást előnyben részesítők között a fiúk dominálnak, ők elsősorban szakiskolai vagy szakközépiskolás tanulók. Az apa iskolai végzettségére vonatkozólag egyik esetben sem találtunk szignifikáns összefüggést, azonban az anya iskolai végzettségét tekintve a kultúra iránt érdeklődő fiataloknál észrevehetően több a diplomás anya. A két csoport jelentősen elkülönül a baráti kört, a szabadidőt és a nyelvvizsgát illetően is. A szórakozásra vágyóknál inkább a materiális értékek dominálnak, a kultúra iránt fogékony tanulóknál pedig a posztmateriálisak. Különbséget tehetünk az internet használati szokások szerint is: Nagy (2006) kutatásához hasonlóan vizsgálatunkban jól elkülöníthető a rekreációs és az erőforrás-bővítő felhasználói típus a szórakozásra vágyók és a kultúra iránt érdeklődők között.

A tanulás kontextusában különbséget fedezhetünk fel a két csoport között az utazási előkészületek, azaz az utazás megtervezése, előkészítése, megszervezése szempontjából. Ez összefügg azzal a kérdéssel, hogy a nyaralás elsősorban a kikapcsolódásra vagy a bekapcsolódásra irányult-e, hiszen a kevesebb előkészületet igénylő tevékenységek és a kikapcsolódás (vö. strandolás, bulizás, pihenés) a szórakozásra vágyóknál inkább jellemzőek voltak, s egyben ők voltak azok, akik legkevésbé gondolták, hogy a nyaralás előkészületekkel jár. Azok a fiatalok, akik a nyaralásuk alatt az ismeret- és a tapasztalatszerzést is fontosnak tartották, már az előkészület során foglalkoztak előzetesen a meglátogatandó területtel, s a nyaralás alatt végzett tevékenységeik is inkább a bekapcsolódást, művelődést szolgálták (vö. Nagy 2006). Ennek megfelelően a végzett

tevékenységek, amelyeken keresztül a tanulás lehetőségeit vizsgáltuk, szintén jelentősen elkülönülnek a két csoportnál. Amennyiben a tanulást tágan értelmezzük, azt is megállapíthatjuk, hogy az utazás hasznos voltának és a kompetenciák bővülésének megítélése jelentősen eltér a két csoportnál, s ez meghatározó mértékben függ az iskolázottságtól (jelen esetben attól, melyik programtípusban tanul a középiskolás – ezáltal a szülei iskolai végzettségétől is), a végzett tevékenységektől, illetve az utazás során nyert tapasztalatoktól (vö. Hunyadi 2005).

A turistáknak a turisztikai szakirodalom által felállított tipizálásával összevetve, az ifjú turistákról elmondható, hogy a fiatalok utazási döntésében számos motiváció megtalálható. A „kultúra” iránt érdeklődőknél” a múlt hagyományai iránt nyitott, tanulni és látni vágyó turistát fedezhetjük fel, az „aktív mindenevőknél” mindez kiegészül az élményt kereső turista típusával, ahol a kaland és az izgalom keresése jellemző. A „szórakozásra, kikapcsolódásra vágyó” fiatalok pedig a pihenésre, kikapcsolódásra fogékony turistát jelenítik meg.

Az is látható, hogy az egyes turistatípusok – az üdülőturista, az élményt kereső turista, a „világot látni” vágyó turista stb. – keverednek a fiatalok tipizálásánál is, s az is elmondható, hogy az utazási motivációk és az iskolázottság között összefüggés áll fenn, hiszen az iskolázottság növekedésével (ami jelen esetben a gimnáziumi tanulmányokat jelent) párhuzamosan nőtt az igény a szociokulturális motivációk kielégítésére (vö. Bourdieu 1978, Pordány 2006, Lengyel 2001, Komenczi 2001, Benedek 2007).

ÖSSZEGZÉS

Összegzés

Ez a könyv az ifjúkori turizmus sajátosságainak megismeréséhez kíván hozzájárulni. A turizmus, élményszerző tevékenységként, egy világméretű társadalmi jelenség (vö. Lengyel 2001), a szabadidő hasznos eltöltésének egyik lehetősége, melynek alapját képezheti akár egy kirándulás, egy hétvégi program, vagy egy rövidebb-hosszabb nyaralás, utazás is. Kiindulópontunkként Schulze (1992) Élménytársadalom című munkája szolgált. Az „élményfogyasztás” ugyanis nem egyszerűen csak szórakozás, hanem személyes jelentéssel bíró tapasztalat is. A turizmus jelentősége nem csupán abban rejlik, hogy kiemel bennünket megszokott világunkból, hanem lehetőséget is ad arra, hogy új, másfajta környezetben felfedezzük magunkat, és megismerjük a körülöttünk lévő világot (Urry 2007a). A turistalét során nemcsak a hétköznapi „énünkkel” találkozhatunk, hanem új helyzetekben is kipróbálhatjuk magunkat. Hiszen a turista – tudatosan, vagy véletlenszerűen – a megszokott alternatíváit kutatja (vö. Bauman 1999), ki- vagy bekapcsolódást keres, élményeket, tapasztalatokat stb. gyűjt.

Egyre jellemzőbb, hogy a látogatók egyben hasznos időtöltésre is vágyanak, s ha abból indulunk ki, hogy az utazások vonzerejét a kíváncsiság adja (vö. Kolakowski 1998), úgy ez a megállapítás témánk szempontjából különösen fontos, mert a kíváncsiság a tanulásnak s egyben az élethosszig tartó tanulásnak is nélkülözhetetlen eleme (vö. Durkó 1984).

Az utazás műveltséget gyarapító hatása nem új keletű „találmány” (vö. Bitskey 2004): az egyik legrégebbi tanulási módnak is tekinthető. Azonban az, hogy az utazás mennyiben képes a személyiséget gazdagabbá tenni, illetve, lehetővé tenni ismereteink, kompetenciáink bővülését és erősíteni készségeinket, azt nagymértékben befolyásolja a választott utazás típusa. Az egyén választását pedig döntően korábbi tapasztalatai, kulturális tőkéje, műveltsége és előzetes tudása határozza meg (vö. Bourdieu 1978).

Elmondható, hogy Magyarországon társadalomtudományi megközelítésből kevésbé kutatott témakör az ifjúsági turizmus, pedig az ifjúsági korszakváltással egyidejűleg (vö. Gábor 2006a, Zinnecker 2006) tapasztalható, hogy a fiatalok egyre korábban önállósodnak, és ez a fajta önállóság elsősorban a fogyasztással és a szabadidővel áll kapcsolatban. Ezt az is mutatja, hogy a fiatalok egyre korábban járnak el önállóan szórakozni, utazni és egyre hamarabb hoznak fogyasztói döntéseket (vö. Bauer és Szabó 2005, Bauer et al. 2005), ami a turizmusban való részvételre is igaznak bizonyul. Empirikus kutatásunk az utazási szokások alaposabb megismerésére tett kísérletet középiskolai tanulók körében. A hangsúlyt a

turisztikai élmények és a tanulás kapcsolatára, illetve az utazási szocializációra helyezték.

A kötet elején feltett kérdések megválaszolása előtt elengedhetetlennek tartjuk, hogy a megkérdezett középiskolások jellemző sajátosságait összefoglaljuk. Elmondható, hogy az országos tendenciákhoz hasonlóan főként a szülők iskolázottsága határozta meg, hogy melyik programtípusban tanulnak a diákok, azaz: minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik a szülő, annál jellemzőbb, hogy a gyermek gimnáziumban folytat tanulmányokat, még erősebb összefüggést találtunk az anya iskolai végzettsége és a választott programtípus között. Számos esetben viszont az apa iskolai végzettsége a determináló. Például az apa iskolai végzettsége határozza meg elsősorban a család anyagi helyzetét (vö. Bourdieu 1997, Harcsa 2007), az anyagi helyzet pedig – az apa iskolázottságán keresztül, közvetve – mind a nyelvvizsgákra, mind az internet előfizetésére, használatára hatással van. A megkérdezettek értékrendjéről elmondható, hogy az emberi kapcsolatok fontos szerepet töltenek be az életükben, különösképpen a család, a barátok és a szerelem (vö. Bauer és Szabó 2005, Gábor 2006a). Azonban az egyes értékek megítélésében jelentős eltérésekkel találkozhattunk a fiúknál és a lányoknál, illetve a gimnazistáknál és a szakiskolásoknál. A materialista értékeket inkább a fiúk és a szakiskolások tartották fontosabbnak, míg a lányok és a gimnáziumban tanulók a posztmateriális értékeket preferálták.

Eredményeink igazolták, hogy az ifjú korosztály turizmusban való részvételére a család kulturális- és társadalmi tőkéje is hatást gyakorol, azaz a fiatalok utazását befolyásolják a család által közvetített utazási szokások. A családi utazásokról elmondható, hogy a Magyar Turizmus ZRt. (M.Á.S.T. 2006) országos kutatásaihoz hasonlóan a fiatalok családi utazásának a valószínűsége a településmérettel (jelen esetben a megyeszékhellyel) arányosan nőtt. Az is elmondható, hogy a kedvezőbb anyagi körülmények valószínűsítették a turizmusban való részvételt, ami az apa magasabb iskolázottságával hozható összefüggésbe. Maga az iskolai végzettség is hatással van a turizmusban való részvételre – mind a szülők iskolai végzettségét, mind a programtípust annak tekintve – azaz magasabb iskolázottság mellett inkább jellemző volt a családra a nyaralás (vö. Bourdieu 1978, Richards 2003, Szöllös 2005). A kedvezőbb anyagi helyzet határozza meg azt is, hogy a család rendelkezik-e saját nyaralóval. Azokban a családokban, ahol az apa felsőfokú végzettségű, inkább jellemző a saját nyaralóbirtok, mint a szakmunkás végzettségű családfőknél, és az is elmondható, hogy a tulajdonos családtagjaira jellemző a többszöri nyaralás. A közös családi nyaralásoknál az anya iskolázottsága szintén meghatározó

(jelentőségű), hiszen megállapítható, hogy minél magasabb az anya iskolai végzettsége, annál inkább jellemző a családra a nyaralás. Azokban a családokban, ahol minden évben törekszenek arra, hogy elutazzanak valahová, azaz igény van az utazásra, szintén meghatározó volt az anya iskolai végzettsége. Ezt az is mutatja, hogy ők akár ötnél több alkalommal is utaztak a vizsgált három évben.

A kulturális tőkét vizsgálatunkban – az iskolai végzettségen és a programtípus-választáson (vö. Bourdieu 1978, Blaskó 2002, Szira 2007) túl – a kulturális fogyasztás tekintetében is elemeztük. A család kulturális fogyasztását abból a szempontból vizsgáltuk, hogy a közös nyaralásra készülve, az úti célok kiválasztásánál az ismeretszerzési lehetőségeknek figyelmet szenteltek-e. Megállapítható, hogy itt az anya iskolai végzettsége meghatározó, azaz: minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik az anya, annál inkább figyeltek az ismeretszerzési lehetőségekre, ami vizsgálatunkban a tanuló választásán is nyomon követhető volt. Eredményeink szerint a családi utazások szocializáló hatása jól tükröződött a választott úti célokban és az utazás megszervezésében, s ugyancsak kirajzolódott az utazásról alkotott véleményeken keresztül.

A társadalmi tőkével (vö. Coleman 1998, Pusztai és Verdes 2000) összefüggésben leírható, hogy amennyiben a család fontosnak tartja a szabadidő utazással való eltöltését, (s ezen belül is a „hogyan”-ra kerül a hangsúly), az a gyermek utazás mellett való döntésére és az utazási szokásaira is hatást gyakorol (vö. Mihály 2003). Mindezek mellett a család támogatását a testvérek, főként az idősebb testvér szerepén keresztül kívántuk megvizsgálni, és megállapíthatjuk, hogy az idősebb testvér „húzóerő” a szabadidő nyaralással történő eltöltésében.

Az is elmondható, hogy egyes összefüggések vizsgálatánál a tanuló lakóhelye kevésbé tűnt meghatározónak, sokkal inkább a tanulmányi színhely volt a döntő (vö. Hunyadi 2005). Ennek magyarázatát abban kereshetjük, hogy a megkérdezett diákok megyeszékhelyi középiskolák tanulói; továbbá hogy az iskola mint szocializációs színtér is meghatározó. Nem feledkezhetünk meg a szülők iskolai végzettségéről, kulturális tőkéjéről, ami determinálja, hogy iskolaválasztáskor melyik középiskola mellett dönt a család. Az iskola turisztikai szocializáló hatását az iskola képzési profiljából adódóan is megvizsgáltuk, azaz megnéztük azt is: az idegenforgalmi középiskolák hogyan befolyásolják a tanulók turisztikai döntését. Feltevésünket, miszerint „azok a tanulók, akik a turizmus rendszerével az oktatás keretei között is megismerkednek, más nézetekkel rendelkeznek a turizmusról, mint akiknek nincsenek átfogóbb ismereteik róla”, el kellett vetnünk, mert nem találtunk olyan eredményeket, melyek

ezt megerősítették volna. Sokkal inkább a család szocializáló szerepe érvényesül. Az iskola szocializáló hatását azon keresztül tudtuk mérni, hogy a környezeti attitűdökre milyen hatást gyakorol az ott zajló oktatás, s itt különbséget fedezhettünk fel a gimnáziumok és a szakiskolák között. A gimnáziumban tanulók a természeti környezetet és annak a védelmét fontosabbnak tartották.

Megállapíthatjuk, hogy az egri tanulók tudatosan készülnek a nyári szünidő utazással való eltöltésére, amiben Egernek mint megyeszékhelynek és feltehetően mint turisztikai központnak is szerepe van, ennél a korosztálynál ugyanis jelentős számban jelent meg az utazás, mégpedig egyénileg megszervezett utak formájában. Vizsgálatunkban a válaszadók 95 százaléka volt már szülői, iskolai vagy egyéb kíséret nélkül utazni, ennél alacsonyabb értéket a szakiskolás tanulóknál (89,5 százalék), valamivel magasabb értéket a szakközépiskolásoknál (96,7 százalék) találtunk (vö. Mester 2008). Az átlagéletkort tekintve, az első saját társasággal történő utazás többségüknél 16 éves korára következett be, s főként a gimnazistákról mondható el. Az is megállapítható, hogy a magyar háztartások utazási szokásaitól eltérően (a magyar családok körében jelentős az ismerősök, rokonok felkeresése, vö. M.Á.S.T. 2006) a fiatalok elsősorban nem rokonlátogató utazásokon vettek részt. Az a tény pedig, hogy tesznek félre pénzt a nyaralásra, sőt, akár nyári munkát is vállalnak ennek érdekében, azt mutatja, hogy az ifjú korosztály tudatosan készül rá, hogy a nyári szünidőben elutazzon valahová.

A megkérdezett középiskolások (17-18 évesek) többsége baráti társaságával volt nyaralni, ami összefüggésben áll azzal, hogy a fiatalok jelentős hányada eleve legszívesebben a kortársaival nyaral együtt; elmondható ugyanakkor, hogy még a szülőkkel történő közös nyaralás is jellemző volt. Ebben az életkorban az iskolai szervezésű nyaralás már kevésbé dominál, viszont akik részt vettek iskolai szervezésű úton, azok elsősorban gimnáziumban tanulnak. A család kulturális tőkéjére vonatkozó összefüggésben feltételezésünket igazolja, hogy a diákok között minden esetben a gimnáziumba járóknál volt (szülőkkel együtt történő, iskolai szervezésű nyaralás, egyéb stb.) a legmagasabb a turizmusban való részvételi arány (vö. Bauer és Szabó 2005).

Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy a nyári szünidő utazással történő eltöltése lehetőséget adott a középiskolásoknak arra is, hogy szociális és egyéb készségeik, kompetenciáik fejlődjenek (például a barátok, társak alaposabb megismerése, együttműködési készség, önállóság stb.), illetve, hogy tapasztalatokat szerezzenek. Ennek értékelései szintén az iskolai programtípus függvényében alakultak, azaz a gimnazisták

tapasztalták leginkább, és legkevésbé a szakiskolások vélték igaznak, vagy tudatosították magukban.

Minthogy egy utazás előkészítése tudást, jártasságot feltételez, (t.i. hogy a számos fellelhető információ között megtaláljuk a számunkra szükségeset), ezért a szűk értelemben vett tanulásról, melyet az utazási előkészületeken és a meglátogatandó területtel való előzetes foglalkozáson keresztül vizsgáltunk, elmondható, hogy a fiatalok többsége az utazás megszervezéséhez utánajárt az információknak, illetve felfrissítette korábbi ismereteit (vö. Forray és Juhász 2008b); s hogy elsősorban az internetet használta az információgyűjtésre. Az előkészület „mennyiségét és minőségét” meghatározta továbbá, hogy a fiatal mivel szándékozott tölteni nyaralását, vagyis: az utazás elsősorban a bekapcsolódást vagy a kikapcsolódást szolgálta-e, illetve ahhoz mennyire volt szükség információkra. Elmondható, hogy a külföldön nyaralókra és a kulturális programon részt vevőkre inkább jellemző volt az utánajárás és az internet használata. Ez főként a gimnáziumban tanulókat jelentette, amely összefügg a szülők iskolai végzettségével is (vö. Mester 2008, Nagy 2006).

Másrészt, a nyaralás alatt végzett egyes tevékenységekről elmondható, hogy a tanulók körében az életkori sajátosságoknak megfelelően a legnépszerűbb tevékenységeknek a strandolás, a vízi sportok, a bulizás és a pihenés bizonyultak (vö. Mester 2008). Ezek a válaszok egybecsengenek azzal is, mit tartanak a fiatalok fontosnak egy nyaralás alatt. Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy a nyaralás alatt választott egyes tevékenységeket a család kulturális tőkéje, azaz a szülők iskolai végzettsége és kulturális fogyasztása is meghatározza (vö. Bourdieu 1978, Szira 2007). Kutatásunk alátámasztotta azon feltételezésünket is, hogy a befogadás mértéke szintén jelentős mértékben függ a család kulturális tőkéjétől (vö. Blaskó 2002).

Munkánk során kiemelt szerepet szántunk a középiskolások kulturális tevékenységére irányuló elemzésnek (vö. Tót 2007), amin keresztül még inkább megfigyelhető a tanulás folyamata (vö. Durkó 2002). Elmondhatjuk, hogy – a középiskolai tanulók megítélése szerint – elsősorban a kulturális tevékenységet végzők körében adott lehetőséget az utazás konkrét ismeretszerzésre; s főként a gimnáziumban tanulók, illetve a lányok esetében (vö. DiMaggio 1998) mutatkozott erősebb összefüggés az ismeretszerzést illetően. Az egyes kulturális programokon való részvételt azonban az is befolyásolta, hogy a kultúrával való találkozást mennyire tartotta fontosnak az egyén, ami kapcsolatba hozható az iskola és a kortárscsoportok szocializáló hatásával (vö. Kiss 2006, Lannert 2004).

Az ifjú korosztály szabadidő-eltöltési szokásaihoz hasonlóan, a fiatalok turisztikai érdeklődése sem azonos (vö. Hunyadi 2005); ami a nyaralással kapcsolatos véleményekből is jól kirajzolódott. A vizsgálatunk során különböző turistatípusokat képeztünk, melyek még inkább megvilágítják a különbözőségeket (vö. Bauer et al. 2005, Bauer és Szabó 2005, Hunyadi 2005). A társadalmi mutatók függvényében a megkérdezett fiatalok három fő csoportba sorolhatók. Azaz: az utazási előkészületek, a nyaralás alatt végzett tevékenységek és a tapasztalatszerzés alapján jól elkülöníthetők a „szórakozásra vágyó”, a „kultúra iránt érdeklődő” és a „kontraszt élményeket kereső” középiskolások típusai (vö. DiMaggio 1998, Hunyadi 2005), melyeken keresztül, többek között a turizmus során megjelenő tanulást vizsgáltuk.

Fő kutatási kérdéseink arra irányultak, hogy a turizmus jelenségét az ifjúkor kontextusában elemezzük, különös tekintettel az élményszerzésre, az utazási szocializációra és a turizmus során megszerezhető tudásokra, kompetenciákra. Eredményeink alapján megállapíthatjuk, hogy a középiskolás tanulók körében a turizmus mint élményfogyasztás egyre korábban jelenik meg, s az utazási döntésekben a szocializációs közegek (elsősorban a család) szerepe meghatározó. A turizmus aspektusából az is elmondható, hogy mind az előkészületek, mind az elutazás során jelen vannak a tanulás lehetőségei. Az pedig, hogy az egyén mennyiben veszi észre, illetve mennyiben tudatosítja tevékenységeiben, hogy a szabadidő eltöltése közben is „tanul”, illetve gazdagodik a személyisége; az előzetes tudásának, tapasztalatának és kulturális tőkéjének (a családi háttérnek és azon belül is az anya iskolázottságának) függvényében alakul (vö. Bourdieu 1978, Jarvis 2003, Pordány 2006).

A téma lehetséges perspektívái

A tanulás helyszíneinek és különböző formáinak a kutatása egyre aktuálisabb terület (vö. Forray és Juhász 2008b, Török 2007, Tót 2007), többek között az információs technológiák gyors változásainak, a naprakész tudás felértékelődésének és a különböző kompetenciák felerősödő szerepének köszönhetően. Ma már ahhoz is jelentős tudásra van szükség, hogy el tudjunk igazodni a hétköznapi dolgokban, s élni tudjunk a technika fejlődése által kínált lehetőségekkel (Csapó 2003). A tradicionális alapkészségek (írás, olvasás, számolás) továbbra is az alapot jelentik, melyekre a különböző további képességek (mint például az információs és kommunikációs technika) épülhetnek. A szociális és személyi kulcskompetenciák, melyek fejlődése többnyire informális módon történik,

szintén egyre inkább elengedhetetlenek a társadalmi kontaktusok során, hiszen ezek teszik képessé az egyént a különböző helyzeteknek megfelelő magatartásformákra (Komenczi 2001). Az említett kompetenciák összességében a világban való eligazodásra teszik képessé az egyént, ami az egyén önnevelésével, és önnevelésre képes állapotával is erősen összefügg (Durkó 1999).

Az is megállapítható, hogy a munkaerőpiacon is értékelt, megbecsült tudások, illetve készségek nem sajátíthatóak el, szerezhetőek meg csupán formális keretek között (vö. Török 2007). A mindennapi életben alkalmazható tudás fontosságára a PISA nemzetközi mérések is felhívják figyelmünket: a magyar diákok problémamegoldó képessége például az eredmények alapján meglehetősen sok kívánnivalót hagy maga után (Molnár 2006). A magyar iskolarendszerről még mindig elmondható, hogy elsősorban lexikális ismereteket ad (vö. Vári et al. 2002, Molnár 2006), ezért az is fontos feladata a formális oktatásnak, hogy képessé tegye a tanulókat a tanulás elsajátításának képességére (Harangi 2004).

Azt tapasztalhatjuk, hogy megnőtt a nem-formális és az informális tanulás jelentősége (vö. Komenczi 2001, Forray és Juhász 2008b, Tót 2007). Utóbbiak kiegészíthetők, pótolhatják, vagy magasabb szintre emelhetik az iskolarendszerben történő tanulást és ismeretszerzést, illetve a kompetenciák bővülésére is pozitív hatással lehetnek (vö. Forray és Juhász 2008b, Mihály 2000). Napjainkban az információs társadalom (vö. Galáncz 2006, Mead 2006) és a tudásgazdaság korában pedig különösen hangsúlyoznunk kell az egész életen át tartó tanulás jelentőségét, hiszen az „*érvényesnek nevezett tudás*” a fejlődés gyorsulása miatt jelentős mértékben változik (Csapó 2003).

Kiemeljük „*A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés*” című kutatást⁶⁶, mely a tanulást elsősorban nem az elmélet, hanem a gyakorlat oldaláról vizsgálta. A kutatás többek között tudatosítani kívánta az egész életen át tartó, és az élet minden területén jelen lévő tanulást.

⁶⁶ „*A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés* (OTKA Nyilvántartási szám K63555) Forray R. Katalin kutatásvezető és Juhász Erika társkutató. „Az oktatás és felnőttoktatás rendszerében mindezek alapján kutatásunkban tanulásnak tekintjük mindazokat a tevékenységeket, amelyekről a felnőtt maga úgy gondolja, hogy hozzájárulnak ahhoz, hogy elsajátítsa mindazt, amit valamilyen okból meg akar tanulni. Autonóm tanulásnak viszont azt tekintjük, amikor a tanulást saját maga kezdeményezi a tanuló, és saját elhatározása alapján önálló, irányított tanulási programot valósít meg, utána jár olyan dolgoknak, amelyekre nem jól emlékszik, ellenőrzi meglévő ismereteit, felfrissíti korábban szerzett tudását. Az autonóm tanulás éppúgy kapcsolódhat a felnőtt munka- vagy tanulási tevékenységéhez, mint a hobbiájához és a közvetlen mindennapjaihoz, legyen szó akár az öltözködésünk megújításáról, akár egy új recept kipróbálásáról.” Forrás: www.autonomtanulas.hu

Az iskolán kívüli szabadidő-eltöltés módja és a fogyasztási döntések az ifjúsági korszakváltással nagyobb jelentőséghez jutnak a serdülőkorú fiatalok életében, ami az élethosszig tartó tanulás szemszögéből is meghatározó. Éppen ezért a szabadidő színvonalas eltöltésére való felkészítés egyre fontosabb feladatává válik a különböző szocializációs közegeknek. Témánk aspektusából például: az igényes turistává váláshoz ugyanúgy elengedhetetlen a különböző szocializációs közegek segítő munkája, mert a gyermek- és az ifjúkorban szerzett turisztikai élmények alapozzák meg a „jövő kemény vagy szelíd turistájának” igényeit (vö. Szöllős 2005). S ebben a családi mintának, illetve az oktatásnak alapvető szerepe van (vö. Lengyel 2001).

A turizmus szakmai Etikai Kódexében⁶⁷ kiemelt kérdésként jelenik meg az ifjúsági turizmus fejlesztése (UNWTO 2007a). A fiatalok turizmusban való részvételének növelésével kapcsolatban egyetértünk a Táboroztatók Országos Konferenciáján (2003)⁶⁸ elhangzottakkal: miszerint a fiatalok számára több, kedvezőbb nyaralási lehetőségek biztosítására lenne szükség, szélesebb körű sportolási, művelődési és kikapcsolódási lehetőségekkel. Kiemeljük azt a kezdeményezést is, amely az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága és a Magyar Turizmus Zrt. részéről történt: közös kutatást végeztek a magyarországi ifjúsági turizmus helyzetére vonatkozóan. Bízunk benne, hogy a téma kutatása és a terület vizsgálata tovább fog folytatódni, és a témával foglalkozó, más megközelítésből írott egyes kutatások megtalálják közös kapcsolódási pontjaikat, a téma több szempontú, árnyaltabb vizsgálata érdekében.

⁶⁷ Erkölcsei alapelvek, amelyek alapján a szakma saját magát kívánja szabályozni. A teljes szöveg a mellékletben megtalálható.

⁶⁸ 2003-ban Zánkán hetedik alkalommal került megrendezésre a Táboroztatók Országos Konferenciája. A konferencia résztvevői ajánlásokat fogalmaztak meg az ifjúsági turizmus fejlődése érdekében. Bővebben: <http://www.sulinet.hu/tart/fcikk/Kfb/0/12328/1> (letöltés dátuma: 2009.május 10).

Felhasznált irodalom

- ADLER, JUDITH (1985): Youth on the Road: Reflection on the History of Tramping. [Ifjúság az úton: Gondolatok a csavargások történetéről.] *Annals of Tourism Research*, no. 12. 335-354. p.
- ANDOR MIHÁLY – LISKÓ ILONA (2000): *Iskolaválasztás és mobilitás*. Budapest, Iskolakultúra könyvek. 3. kötet.
- ANTZ, CHRISTIAN (et al.) (2003): *Sachsen Anhalt Jugendtourismus. [Sachsen-Anhalt ifjúságturizmusa.]* Herausgeber: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt in Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium und dem Ministerium für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt, Grafisches Centrum Cuno, Calbe.
- AUBERT ANTAL (szerk.) (2002): *Kutatás a turizmusban. A turizmus aktuális kérdései Magyarországon*. Országos Turisztikai Konferencia 2002. Pécs, Pécsi Tudományegyetem Turizmus Tanszék.
- BABBIE, EARL (2003): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest, Balassi Kiadó.
- BANDURA, ALBERT (1976): Szociális tanulás utánzás útján. In PATAKI FERENC (szerk.) (1976): *Pedagógiai szociálpszichológia*. Gondolat Kiadó. 84-122. p.
- BÁNHIDI ATTILA (2006): Természetjárás, sportturizmus a fiatalok körében. In *Táboroztatók Országos Konferenciája. 2002. Zánka, Konferenciakiadvány*. www.zanka.hu/letoltes.ws?file=tok2002/kiadvany.doc (letöltés dátuma: 2006. május 13.)
- BARANYI KÁROLY (2006): *Gondolatok a nevelésről*. <http://www.baranyi.hu/szekesf.pdf> (letöltés dátuma: 2006. május 10.)
- BÁTHORY ZOLTÁN - FALUS IVÁN (főszerk.) (1997): *Pedagógiai Lexikon*. Budapest, Keraban.
- BAUER BÉLA – TIBORI TÍMEA (2002): Az ifjúság viszonya a kultúrához. In SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA – LAKI LÁSZLÓ (2002): *Ifjúság2000 Tanulmányok*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet. 173-195. p.
- BAUER BÉLA (et al.) (2005): *Az egri fiatalok helyzete 2005*. Budapest, Mobilitás Ifjúságkutató Iroda.
- BAUER BÉLA – SZABÓ ANDREA (szerk.) (2005): *Ifjúság2004 gyorsjelentés*. Budapest, Mobilitás Ifjúságkutató Iroda.

- BAUMAN, ZYGMUNT (1999): Turisták és vagabundok. A posztmodern kor hősei és áldozatai. *Lettre*, 9. évf. 35. sz. 2-6. p.
- BECK, ULRICH (2003): *A kockázat-társadalom – Út egy másik modernitásba*. Budapest, Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság – Századvég Kiadó.
- BENEDEK ANDRÁS – CSOMA GYULA – HARANGI LÁSZLÓ (szerk.) (2002): *Felnőttoktatási és képzési lexikon A - Z*. Budapest, Magyar Pedagógiai Társaság – OKI Szaktudás Kiadó.
- BENEDEK ANDRÁS (2007): *Magyarország és az egész életen át tartó tanulás*. <http://mpt.bme.hu/mt/benedek/III.pdf> (letöltés dátuma: 2007. május 13.)
- BEY, HAKIM (1996): Az utazás művészete, Szufi utazók. *Magyar Lettre Internationale*, 2. évf. 23. sz. 30-33. p.
- BITSKEY ISTVÁN (2004): Hungáriából Európába – Utazó magyarok a korai újkorban. *Debreceni Disputa*, 2. évf. 4–5. sz. 4-11. p.
- BLASKÓ ZSUZSA (1998): Kulturális tőke és társadalmi reprodukció. *Szociológiai Szemle*, 8. évf. 3. sz. 55-82. p.
- BLASKÓ ZSUZSA (1999): Üdülések, nyaralások. In SZIVÓS PÉTER – TÓTH ISTVÁN GYÖRGY (szerk.) (1999): *Monitor*. Budapest, TÁRKI.
- BLASKÓ ZSUZSA (2002): Kulturális reprodukció vagy kulturális mobilitás. *Szociológiai Szemle*, 12. évf. 2. sz. 3-27. p.
- BOURDIEU, PIERRE (1978): *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest, Gondolat.
- BOURDIEU, PIERRE (1997): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In ANGELUSZ RÓBERT (szerk.): *A társadalmi rétegződés komponensei*. Válogatott tanulmányok. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó. 156-177. p.
- BRAUN, OTTMAR (1993): *Vom Alltagsstress zur Urlaubszufriedenheit. Untersuchungen zur Psychologie des Touristen*. [A mindennapi stressztől a nyaralás alatti elégedettségig. Vizsgálódások a turisták lélektanáról.] München, Quintessenz.
- BRAUN, OTTMAR (1996): Sozial- und motivationspsychologische Aspekte des modernen Jugendtourismus. [A modern ifjúságturizmus társadalmi- és motivációslelektani aspektusai.] *Gruppendynamik*, Heft 27. 39-50. p.

- CARR, NEIL (1998): The Young Tourist: A Case of Neglected Research. Progress in Tourism. [A fiatal turista: Egy mellőzött kutatás esete. Fejlődés a turizmus területén.] *Hospitality Research*, no. 4. 307-318. p.
- COHEN, ERIC (2003a): Turizmus és idő. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- COHEN, ERIC (2003b): Hitelesség és áruvá válás a turizmusban. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- COLEMAN, JAMES S. (1998): Társadalmi tőke az emberi tőke termelésében. In LENGYEL GYÖRGY– SZÁNTÓ ZOLTÁN (szerk.) (1998): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*. Budapest, Aula.
- COLETTA, N.J. (2002): Formális, nonformális és informális nevelés. In KOZMA TAMÁS (szerk.) (2002): *Felnőttképzés és gazdaság*. Debrecen, Pallas Debrecina.
- COOMBS, PHILIPP H. (1969): *Die Weltbildungskrise*. [Oktatási világválság.] Stuttgart, Ernst Klett Verlag.
- COSTA, JANEEN ARNOLD (2003): Fogyasztás az idegenforgalom hatására. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- CZEIZER ZOLTÁN – GÁBOR KÁLMÁN (2007): *Az ifjúsági korszakváltás és az új kommunikációs státusz kapcsolatának vázlat*. http://www.kodolanyi.hu/szabadpart/22/22_komm_ceizer_kalman.htm (letöltés dátuma: 2007. április 14.)
- CSAPÓ BENŐ (2001): A nyelvtudást és a nyelvtanulást befolyásoló tényezők. *Iskolakultúra*, 11. évf. 8. sz. 25-35. p.
- CSAPÓ BENŐ (szerk.) (2002): *Az iskolai műveltség*. Budapest, Osiris Kiadó.
- CSAPÓ BENŐ (2003): Oktatás az információs társadalom számára. *Magyar Tudomány*, 48. évf. 12. sz. 1478-1485. p.
- CSAPÓ BENŐ (2005a): Tanuló társadalom és tudásalapú oktatási rendszer. In KOMLÓSSY ÁKOS (szerk.) (2005): *Ismeretek és képességfejlesztés*. A 42. Szegedi Nyári Egyetem Évkönyve. Szeged, TIT. 5–21. p.
- CSAPÓ BENŐ (2005b): *Az előzetesen megszerzett tudás mérése és elismerése*. Kutatási zárótanulmány. Budapest, Nemzeti Felnőttképzési Intézet.

- CSEH-SZOMBATHY LÁSZLÓ (1990): Családi viszonyok. In ANDORKA RUDOLF – KOLOSI TAMÁS – VUKOVICH GYÖRGY (szerk.) (1990). *Társadalmi riport 1990*. Budapest, TÁRKI. 487-500. p.
- CSEPELI GYÖRGY (1997): *Szociálpszichológia*. Budapest, Osiris Kiadó.
- CSERNÉ ADERMANN GIZELLA (2000): Az önirányított tanulás. *Tudásmenedzsment*, 1. évf. 1. sz. 4-11. p.
- CSENYÁK MARIANN NATÁLIA – JANÁK KATALIN – ZALÁNNÉ OLBRICH ANIKÓ (szerk.) (2004): *Az élethosszig tartó tanulás*. Budapest, KSH.
- CSILLAG GÁBOR (2003): „Képek és képtelenségek” – a valóságábrázolás határai. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2003): *He(lye(in))k, tárgy(a(in))k, képeink. A turizmus társadalomtudományos magyarázata*. Budapest, Néprajzi Múzeum, Tabula könyvek.
- CSÍKSZENTMIHÁLYI MIHÁLY (2001): *Flow – Az áramlat – A tökéletes élmény pszichológiája*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- CSOMA GYULA (1998): A művelődés pragmatikus útja. *Új Pedagógiai Szemle*, 48. évf. 1. sz. 24-39. p.
- CSOMA GYULA (2003a): Különvélemény az oktatási-képzési minőség biztosításáról (és a minőségről) II. *Új Pedagógiai Szemle*, 53. évf. 7-8. sz. 3-21. p.
- CSOMA GYULA (2003b): A tanulás értelmezése és funkciói. In MAYER JÓZSEF ÉS SINGER PÉTER (szerk.) (2003): *A tanulás kora*. Budapest, Oktatókutató Intézet.
- CSOMA GYULA (2008): *Tanuláselméletek és tanítási stratégiák*. Felnőttoktatás, élethosszig tartó tanulás. Esély 2000. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=esely-Csoma-Tanulaselmeletek> (letöltés dátuma: 2008. szeptember 20.)
- DANIELSSON, JOHANNA – LOHMANN, MARTIN – SONNTAG, ULF (2003): *Urlaubsreisen der Jugendlichen*. [A fiatalok szünidei utazásai.] Kiel-Hamburg, FUR.
- DETTMER, HARALD (et al.) (2000): *Tourismustypen*. [Turistatípusok.] Wien, Oldenbourg.
- DIMAGGIO, PAUL (1998): A kulturális tőke és az iskolai teljesítmény. In RÓBERT PÉTER (szerk.) (1998): *A társadalmi mobilitás: Hagományos és új megközelítések*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó. 198-220. p.
- DURKÓ MÁTYÁS (1984): Önnvelés, önművelés és nevelési irányítása. In DURKÓ MÁTYÁS (szerk.) (1984): *A művelődési felnőttnevelési folyamatok*

- hatékonyága és kutatása.* Debrecen, Acta Andragogiae et Culturae, 6. sz. 43-68. p.
- DURKÓ MÁTYÁS – SZABÓ JÓZSEF (1999): Az ezredforduló kihívása: az integráló andragógia. *Magyar Pedagógia*, 99. évf. 3. sz. 307-321. p.
- DURKÓ MÁTYÁS (1999): *Andragógia (A felnőttnevelés és közművelődés új útjai).* Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- DURKÓ MÁTYÁS (2002): Gondolatok az önnevelésről. In B. GELENCSÉR KATALIN ÉS PETHŐ LÁSZLÓ (2002) (szerk.): *Közművelődés és felnőttképzés: Írások Maróti Andor 75. születésnapjára.* Budapest, Élethosszig Tartó Művelődésért Alapítvány. 84-87. p.
- ÉLES CSABA (2007): Iskolán túl – az „életen” innen. Az utazás szerepe a 16–19. századi (ön)nevelésben és (ön)művelődésben. *Új Pedagógiai Szemle*, 57. évf. 11. sz. 109-117. p.
- ERDŐS ISTVÁN – PUSZTAI GABRIELLA (2008): *Jelentés a Debreceni Református Kollégium Dóczy Gimnáziumában végzett szülői elégedettség-vizsgálatról.* http://doczy.drk.hu/doczy/elege_12.htm (letöltés dátuma 2008. április 28.)
- ETC (2009): *Tourism Trends for Europe.* [Turisztikai trendek Európában.] <http://www.etc-corporate.org/modules.php?pa=showpage&pid=100&name=Content> (letöltés dátuma 2009. május 28.)
- FÁBIÁN ZOLTÁN – KOLOSI TAMÁS – RÓBERT PÉTER (2000): *Fogyasztási csoportok.* Budapest, TÁRKI Társadalompolitikai Tanulmányok.
- FALUSSY BÉLA (2004): *Az időfelhasználás metszetei.* Budapest, Új Mandátum Kiadó.
- FEJŐS ZOLTÁN (2000): Múzeum, turizmus. A kulturális találkozás és reprezentáció rendszere. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció.* Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- FEKETE MÁTYÁS (2007): *Hétköznapi turizmus. A turizmuselmélettől a gyakorlatig.* Magyar Elektronikus Könyvtár, <http://mek.oszk.hu/04100/04167/04167.pdf> (letöltés dátuma: 2007. szeptember 3.)
- FERGE ZSUZSA (1976): *Az iskolarendszer és az iskolai tudás társadalmi meghatározottsága.* Budapest, Akadémiai Kiadó.
- FINKELSTEIN, JOANNE (2003): Divat, ízlés, éttermek. In SZÓLLÓS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.

- FÓNAI MIHÁLY (2008): Szakképző iskolák tanulóinak rekrutációja és motivációja. In JUHÁSZ ERIKA (szerk.) (2008): *Andragógia és Közművelődés*. Debrecen, Acta Andragogiae et Culturae, 21. sz., 137-158. p.
- FÓRLÁN-VIRÁG EDINA (et al.) (szerk.) (2007): *Jelentés a turizmus 2006. évi teljesítményéről*. Budapest, KSH.
- FORRAY R. KATALIN – JUHÁSZ ERIKA (2008a): *Tanéseitek az autonóm tanulásról*. <http://www.autonomtanulas.hu/publikacio.html> (letöltés dátuma: 2008. április 10.)
- FORRAY R. KATALIN – JUHÁSZ ERIKA (2008b): Az autonóm tanulás és az oktatás rendszere. *Új Pedagógiai Szemle*, 58. évf. 3. sz. 62-68. p.
- FÖLDVÁRI MÓNICA (2004): *Vallásosság és értékek együttjárása a magyar társadalom generációiban*. PhD értekezés. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem.
- FREYER, WALTER (1997): Tourismus und Wissenschaft – Chance für den Wissenschaftsstandort Deutschland. [Turizmus és tudomány – Esély a turizmus tudományhelyzetére Németországban.] In FELDMANN, OLAF (Hrgs.) (1997): *Tourismus – Chance für den Standort*. Baden, Baden.
- FURLONG, ANDY – STALDER, BARBARA – AZZOPARDI, ANTHONY (2003): *Sebezhető ifjúság. Sebezhetőség az oktatásban, a munkavállalásban és a szabadidőben Európában*. Szeged, Belvedere Meridionale.
- FUSSELL, PAUL (1987): *Osztálylétrán Amerikában*. Budapest, Európa Könyvkiadó.
- FÜLEP TEOFIL (2003): Szelíd, öko- és természetjáró turizmus az idegenvezetés és a túravezetés összekapcsolódása. *A Puszta*, Miskolc. 229-261. p.
- FÜLÖP ILONA (2000): *A kultúra és a turizmus a változó világban*. Doktori értekezés. Kézirat. Debrecen, Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete Könyvtára.
- GÁBOR KÁLMÁN (1996): Társadalmi átalakulás és ifjúsági korszakváltás. *Educatio Füzetek*, Vol. 2. 13-34. p.
- GÁBOR KÁLMÁN (szerk.) (2000): *Társadalmi átalakulás és ifjúság. A szabadság mint esély?* Szeged, Belvedere.
- GÁBOR KÁLMÁN (2002): A magyar fiatalok és az iskolai ifjúsági korszak. Túl a renden és osztályon? In SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA –

- LAKI LÁSZLÓ (2002): *Ifjúság2000 tanulmányok*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet.
- GÁBOR KÁLMÁN (2003): Előszó. Sebezhető ifjúság. In FURLONG, ANDY – STALDER, BARBARA – AZZOPARDI, ANTHONY (2003): *Sebezhető ifjúság. Sebezhetőség az oktatásban a munkavállalásban és a szabadidőben Európában*. Szeged, Belvedere Meridionale.
- GÁBOR KÁLMÁN (2006a): Társadalmi átalakulás és ifjúsági kultúra. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCsÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere Meridionale. 384-426. p.
- GÁBOR KÁLMÁN (2006b): Az ifjúságkutatás irányai a kilencvenes években. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCsÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere Meridionale. 366-383. p.
- GÁBOR KÁLMÁN – MOLNÁR PÉTER (2006): Az ifjúsági kultúra korszakváltása. (A magyar és nyugatnémet fiatalok a nyolcvanas években.) In GÁBOR KÁLMÁN – JANCsÁK CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságszociológia*. Szeged, Belvedere Meridionale. 333-350. p.
- GÁBOR KÁLMÁN – SZEMERSZKI MARIANNA (2007): *Sziget fesztivál 2005. Az új fiatal középosztály és az élettervezés*. www.hier.iif.hu/hu/kutatas_kozben.php - 48k (letöltés dátuma: 2007. január 18.)
- GALÁNCZ ANNA (szerk.) (2006): *A digitális jövő térképe a World Internet Projekt tükrében*. Budapest, ITHAKA Kht.
- GANS, HERBERT J. (2003): Népszerű kultúra és magas kultúra. In WESSELY ANNA (szerk.) (2003): *A kultúra szociológiája*. Budapest, Osiris. 114-150. p.
- GAYLER, BRIGITTE (1993): Jugendreisen, Jugendtourismus. [Ifjúsági utazások, ifjúsági turizmus.] In HAHN, HEINZ- KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- GAZSÓ FERENC – LAKI LÁSZLÓ (2004): *Fiatalok az újkapitalizmusban*. Budapest, Napvilág Kiadó.
- GERGELY ORSOLYA (2005): Karrierről álmodó ifjúság. *Korunk*, 16. évf. Novemberi sz. 119-120. p.
- GIBB, DEBBIE (2007): *Outlook for the Student and Youth Travel Industry 2006*. [Kilátás a diák- és ifjúsági utazási iparra 2006.] TLA Marketing Outlook Forum. <http://www.syta.org/uploads/Stat-Research/2006OutlookforSYTravelInd.pdf> (letöltés dátuma: 2007. április 24.)

- GIESECKE, HERMANN (1993): Tourismus als neues Problem der Erziehungswissenschaft. [A turizmus mint a neveléstudomány új problémája.] In HAHN, HEINZ – KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- GIESECKE, HERMANN (2007): *Gesammelte Schriften*. [Összegyűjtött írások.] Band 3. <http://5tc1.de/giesecke/werke3.htm> (letöltés dátuma: 2007. január 18.)
- GILBERT, DAVID C. (2003): Az Európai Közösség és a pihenési szokások. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- GKI Gazdaságkutató Rt. (1999): A turizmus statisztikai szabványosítása. *Turizmus Bulletin*, 3. évf. 2. sz. 9-14. p.
- GÜNTER, WOLFGANG (1993): Tourismuspädagogik. [A turizmus pedagógiája.] In HAHN, HEINZ – KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- GÜNTHER, ARMIN (1996): Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. [Utazás mint esztétikai projekt. A turisztikai tapasztalat változásáról.] In HARTMANN, H. A. – HAUBL, R. (Hg.) (1996): *Freizeit in der Erlebnisgesellschaft: Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz*. Opladen, Westdeutscher Verlag. 95-124. p.
- GYÖMREI SÁNDOR (é.n.): *Az utazási kedv története*. Budapest, Gergely R. kiadása.
- HAHN, HEINZ – KAGELMANN, JÜRGEN (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie – Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. [Turizmuspszichológia és turizmuszociológia – A turizmustudomány kézikönyve.] München, Quintessenz Verlags-GmbH.
- HAHN, KURT (1986): *Erziehung und die Kriese der Demokratie. Reden, Aufsätze, Briefe eines politischen Pädagogen*. [A demokrácia nevelés és krízise. Egy politikus pedagógus beszédei, tanulmányai, levelei.] Stuttgart, Klett-Cotta.
- HALÁSZ PÉTER (2008): Honismeret és ifjúsági turizmus. *Honismeret*, 36. évf. 3. sz. 34-36. p.

- HALBWACHS, MAURICE (1971): A munkásosztály fogyasztási tendenciái. In FERGE ZSUZSA (szerk.) (1971): *A francia szociológia*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- HAJDÚ GABRIELLA (2000): Az utazás mint modern mítosz. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- HANKISS ELEMÉR (1998): Proletár reneszánsz (I.). Az európai civilizáció egy újabb korszaka? In KIBÉDI VARGA ÁRON – KÓNYA MELINDA – PIRI ZOLTÁN (szerk.) (1998): *Az új század küszöbén*. Pécs, Jelenkor Kiadó.
- HANKISS ELEMÉR (2002): Trabant a kertben. A magyar társadalom habitusának alakulásáról. In Uő: *Új diagnózisok*. Budapest, Osiris Kiadó.
- HARANGI B. LÁSZLÓ (1986): A felnőttkori értelmi fejlődés és tanulás mérése, értékelése. In SOÓS PÁL – SZ. SZABÓ LÁSZLÓ (szerk.) (1986): *Tömegkultúra és közművelődés*. Debrecen, Acta Andragogiae et Culture sorozat, 7-8. sz. 157-183. p.
- HARANGI LÁSZLÓ (2004): Az élethosszig tartó tanulás minőségi követelményei az európai oktatásban. *Új Pedagógiai Szemle*, 54. évf. 6. sz. 77-82. p.
- HARCSA ISTVÁN (szerk.) (2007): *Társadalmi helyzetkép 2005*. Budapest, KSH.
- HARTMANN, KLAUS-DIETER (1981): *Wirkungen von Auslandsreisen junger Leute*. [A fiatalok külföldi utazásának a hatásai.] Starnberg, Studienkreis für Tourismus.
- HEIMANN ILONA (2006): A táborozás. In TRENCSENYI LÁSZLÓ (szerk.) (2006): *A gyakorlati pedagógia néhány alapkérdése – Iskolán kívüli nevelés*. Budapest, Bölcsész Konzorcium, ELTE PPK Neveléstudományi Intézet.
- HENDRY, LEO (et al.) (1993): *Young People's Leisure and Lifestyles*. [A fiatal emberek szabadideje és életmódjai.] London, Routledge.
- HENNING, CHRISTOPH (1999): *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*. [Utazási kedv. Turisták, turizmus és nyaralási kultúra.] Frankfurt am Main, Insel Verlag.
- HERZBERG, FREDERICK R. (1974): *Még egyszer: hogyan ösztönözzük alkalmazottainkat? Üzempszichológia*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.

- HETESI ERZSÉBET (2004): A fogyasztás szociológiája. In CZAGÁNY LÁSZLÓ – GARAI LÁSZLÓ (szerk.) (2004): *A szociális identitás, az információ és a piac*. SZTE Gazdaságtudományi Kar Közleményei. Szeged, JATEPress.
- HIRLING, BOZENA (2006): A lengyel ifjúsági turizmusban rejlő lehetőségek. In *Táboroztatók Országos Konferenciája*. Zánka. www.zanka.hu/letoltes.ws?file=tok2002/kiadvany.doc (letöltés dátuma: 2006. május 13.)
- HORN GERGELY (2001): A turizmus hatása az ökológiai és a társadalmi sokféleségre. *Kövász*, 5. évf. 3-4. sz. 153-165. p.
- HORVÁTH ATTILA (1998): *Turizmus a kultúrában – kultúra a turizmusban*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- HORVÁTH ENDRE (1999): A turizmus mint élményszolgáltatás. *Magyar Tudomány*, 44. évf. 11. sz. 1372–1376. p.
- HUNYADI ZSUZSA (2004): *A fesztiválok közönsége, helye, szerepe a kulturális fogyasztásban*. Találkozások a kultúrával 2. Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- HUNYADI ZSUZSA (2005): *Kulturálódási és szabadidő eltöltési szokások, életmód csoportok*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet.
- HUNYADI ZSUZSA – INKEI PÉTER – SZABÓ JÁNOS ZOLTÁN (2006): *Fesztivál-világ. NKA kutatások 3*. Budapest, Kelet-Közép-Európai Kulturális Observatórium Alapítvány.
- HYDE, K. F. – LAWSON, R. (2004): Az egyéni utazás természete. *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szakasjtólból*, 3. sz.
- JANCSÁK CSABA: Az ifjúsági korosztályok. I.1 fejezet. In. Nagy Ádám (szerk.) (2008): *Ifjúságügy*. Budapest, Új Mandátum, 19-59.p.
- JANCSÁK CSABA – TARNAY ISTVÁN – VAJDA ÁRPÁD – ZÁVOGYÁN MAGDOLNA (2005): *Dél-alföldi regionális ifjúsági helyzetelemzés 2005*. Szeged, Mobilitás DARISZI
- JAKAB GYÖRGY (2007): *Adalékok a mozgókép-kultúra és médiaismeret modul tantárgy helyzetelemzéséhez*. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=szakmai-2001-Jakab> (letöltés dátuma: 2007. június 15.)
- JARVIS, PETER (2003): Az egész életen át tartó tanulás szociológiai perspektívái. *Tudásmenedzsment*, 3. évf. 1. sz. 8-17. p.
- JENKEI LÁSZLÓ (2002): *Értekezés a turizmus elméletének szociológiai megközelítéséről*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.

- JUHÁSZ ERIKA (2001): Az ifjúkor főbb jellemzői. In RUBOVSKY KÁLMÁN (szerk.) (2001): *Felnőttoktatás Ifjúság Művelődés*. Debrecen, Acta Andragogie et Culturae, 19. sz.
- JUHÁSZ ERIKA – LUDÁNYI ÁGNES (2008): Kompetenciák egy életen át. *Pedagógusképzés*, 6. évf. 3. sz. 93-105. p.
- JUNGK, ROBERT (1980): Wieviele Touristen pro Hektar Strand? [Mennyi turista van hektáronként a strandon?] *Geo*, no. 10. 154-156. p.
- KABAI IMRE (2007): *A posztindusztriális társadalmak és az ifjúság a modern szociológiában*. <http://poltud.tatk.elte.hu/kabaiimre/eszmelet.rtf> (letöltés dátuma: 2007. február 20.)
- KIEFL, WALTER – BACHLEITNER, REINHARD (2005): *Lexikon zur Tourismussoziologie*. [Turizmuszociológiai lexikon.] München, Wien, Profil Verlag.
- KISS GABRIELLA (2001): Tömegturizmus és tömegkultúra. *Kultúra és közösség*, 5. évf. 2-3. sz. 9–17. p.
- KISS GABRIELLA (2006): Szabadidő diskurzusok a XXI. század elején. *Szín Községi Művelődés*, 5. sz. 30–33. p.
- KOLAKOWSKI, LESZEK (1998): *Kis előadások nagy kérdésekről*. Budapest, Európa Könyvkiadó.
- KOLB, DAVID A. (1984): *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. [Tapasztalati tanulás: a tapasztalás mint a tanulás és a fejlődés forrása.] Prencite-Hall, Engelwood Cliffs.
- KOLOSI TAMÁS (1984): *Státusz és réteg*. Budapest, Társadalomtudományi Intézet.
- KOLOSI TAMÁS (2000): *A terhes babapiskóta. A rendszerváltás társadalomszerkezete*. Budapest, Osiris Kiadó.
- KOLLÁR ISTVÁN – ÉRI OLGA MARIANNA – KINDRUSZ EMESE (2005): *Észak-alföldi regionális ifjúsági helyzetelemzés 2005*. Debrecen, Mobilitás
- KOMENCZI BERTALAN (2001): Az Európai Bizottság Memoranduma az egész életre kiterjedő tanulásról. *Új Pedagógiai Szemle*, 6. sz. 122-132. p.
- KÓSA ÉVA – LÁSZLÓ MIKLÓS (2010): *Fiatalok a virtuális világban: adatok egy változó világról*. *Youth in the virtual world: data about a changing world*. http://www.budapestedu.hu/data/cms103449/KE_LM_SIP2010_V6_final_2.pdf (Letöltés dátuma: 2011. október 14.)
- KOZMA TAMÁS (1998): Szabadság vagy igazság? *Új Pedagógiai Szemle*, 48. évf. 10. sz. 3-19. p.
- KOZMA TAMÁS (2001): Paradigmáink. *Iskolakultúra*, 11. évf. 10. sz. 3-14. p.

- KREITZMAN, LEON (2003): A huszonnégy órás társadalom. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- KRIPPENDORF, JOST (1986): *The Holiday Makers*. [A szünidő csinálók.] Oxford, Butterworth Heinemann.
- KRIPPENDORF, JOST (2003): A turizmus az ipari társadalom rendszerében. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2009a): A lakosság belföldi turisztikai utazásai, 2008. *Statistikai Tükör*, 49. sz. 2009. április 6.
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2009b): *Módszertani megjegyzések*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/gyor/beu/beu20812.m.pdf> (letöltés dátuma: 2009. június 15.)
- KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2010): Jelentés a turizmus 2009. évi teljesítményéről. Internetes kiadvány. 2010. július. http://kjfturizmus.files.wordpress.com/2011/02/jelentes_a_turizmus_2009-_evi_teljesitmenyerol_ksh.pdf (letöltés dátuma: 2010. december 15.)
- LANNERT JUDIT (2003): Középiskola-választás a kilencvenes évek végén. In NAGY MÁRIA (szerk.) (2003): *Mindenki középiskolája. Középfokú képzés az ezredforduló Magyarországon*. Budapest, Országos Közoktatási Intézet.
- LANNERT JUDIT (2004): *Pályaválasztási aspirációk (A 13 és 17 évesek továbbtanulási aspirációi mögött munkáló tényezők három kistérségben)*. Ph.D. értekezés. Budapest, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem.
- LEHOCZKY JÁNOS (1999): *Iskola a természetben, avagy a környezeti nevelés gyakorlata*. Budapest, Raabe.
- LENGYEL MÁRTON (2001): *A turizmus általános elmélete*. Budapest, Képzőművészeti Kiadó.
- LIPP SZILVIA (2004): Az utazási motivációk változásának vizsgálata a történelem tükrében. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 2. sz. 48-53. p.
- LISKA, ALLAN – RITZER, GEORGE (2007): McDonaldisation and Post Tourism. [Mc Donaldizáció és poszturizmus.] <https://www.turizmus.vein.hu/store/mcdisney.pdf> (letöltés dátuma: 2007. június 15.)

- LISKÓ ILONA (2000): Társadalmi esélyek és iskola. *Új Pedagógiai Szemle*, 50. évf. 1. sz. 59-63. p.
- LOSONCZI ÁGNES (1977): *Az életmód az időben, a tárgyakban és az értékekben*. Budapest, Gondolat.
- LÖFGREN, OLSEN (2004): Máshol föld. *Aetas*, 19. évf. 3-4. sz. 214-219. p.
- MACCANNELL, DEAN (2003): Az átalakított etnikai megjelenés. In SZÓLLÓS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2009): *A világ turizmusának várható alakulása – a pénzügyi válság hatása Magyarországi turizmusára*. www.itthon.hu/sajtoszoba/december/vilag-turizmusanak (Letöltés dátuma: 2009. július 30.)
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2004a): A magyar lakosság belföldi utazási szokásai, 2003. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 1. sz. 19-26. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2004b): A magyar lakosság külföldi utazásai, 2003. *Turizmus Bulletin*, 8. évf. 2. sz. 3-10. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2006): A magyar lakosság utazási szokásai, 2005. *Turizmus Bulletin*, 10. évf. 1. sz. 16-29. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2007): A magyar lakosság fesztiváltáogatási szokásai. *Turizmus Bulletin*, 11. évf. 3. sz. 23-27. p.
- M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2011): *A magyar lakosság utazási szokásai 2010*. itthon.hu/szakmai-oldalak/magyar-lakossag-utazasai (Letöltés dátuma: 2011. október 15.)
- MATUSCHEK, INGO (2005): *Zeit und Devianz. [Idő és deviancia.]* <http://edoc.hu-berlin.de/dissertation/matuschek-ingo.1999-07-19/PDF/Matuschek.pdf> (letöltés dátuma: 2005. március 20.)
- MAYER PÉTER (2000): Ally McBeal Hévízen. Az egészségturizmus képei. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- MEAD, MARGARET (1974): *Der Konflikt der Generationen. Jugend ohne Vorbild*. [A generációk konfliktusai. Fiatalok példakép nélkül.] München, Deutscher Taschenbuch Verlag.

- MEAD, MARGARET (2006): Kultúra és elkötelezettség. A generációk közötti új viszonyok a hetvenes években. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCÁS CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúságpszichológia*. Szeged, Belvedere. 19-44. p.
- MÉRŐ LÁSZLÓ (2001): Virtuális valóság és a psziché. In SZABÓ LÁSZLÓ TAMÁS (szerk.) (2001): *Didaktika szöveggyűjtemény*. Debrecen, Pallas Debrecina.
- MESTER TÜNDE (2003): Turisztikai trendek Európában (2001). Az ETC „Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and beyond” c. tanulmánya alapján. *Turizmus Bulletin*, 7. évf. 4. sz. 39-42. p.
- MESTER TÜNDE (2008): Ifjúsági turizmus Magyarországon. 1. rész *Turizmus Bulletin*, 12. évf. 2. sz. 2-13. p.
- MESTER TÜNDE (2009): Ifjúsági turizmus Magyarországon. 2. rész *Turizmus Bulletin*, 13. évf. 1. sz. 3-13. p.
- MICHALKÓ GÁBOR (2001): Turizmus és területfejlesztés. In BELUSZKY PÁL – KOVÁCS ZOLTÁN (szerk.) (2001): *A terület és településfejlesztés kézikönyve*. Budapest, CEBA Kiadó. 113-120. p.
- MICHALKÓ GÁBOR – RÁTZ TAMARA (2003): A sátorverésen túl. A turizmustudomány magyarországi állapotairól. *Magyar Tudomány*, 48. évf. 6. sz. 447-457. p.
- MICHALKÓ GÁBOR – RÁTZ TAMARA (2005): A kulturális turizmus élmény-gazdaságtani szempontjai. In ENYEDI GYÖRGY – KERESZTÉLY KRISZTINA (szerk.) (2005): *A magyar városok kulturális gazdasága*. Magyarország az ezredfordulón. Stratégiai kutatások. Budapest, MTA.
- MIHÁLY ILDIKÓ (2000): Törekvések az előzetesen megszerzett tudás meg- és elismer(tet)ésére. *Új Pedagógiai Szemle*, 50. évf. 11. sz. 83-89. p.
- MIHÁLY ILDIKÓ (2003): Iskolások, iskolák és a szabadidő. *Új Pedagógiai Szemle*, 53. évf. 4. sz. 92-99. p.
- MILES, STEVEN (2003): A sportáruházak mint véleményformáló eszközök. In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- MIMIKRI KÖZVÉLEMÉNY- ÉS PIACKUTATÓ BT. (2007): Gyermekek és fiatalok az európai Budapesten 2003. http://www.studiometropolitana.hu/doc/sm_gyermekek_es_fiatalkok.pdf (2007. január 20.)

- MOLNÁR GYÖNGYVÉR (2006): A tudáskonceptió változása és annak megjelenése a PISA 2003 vizsgálat komplex problémamegoldás-moduljában. *Új Pedagógiai Szemle*, 56. évf. 1. sz. 75–86. p.
- MÖNKES, FRANZ J. – KNOERS, ALPHONS M. P. (1998): *Fejlődéslélektan. Pedagógiai pszichológia*. Budapest, FITT Image-Ego School.
- MURÁNYI ISTVÁN – SZARVÁK TIBOR: (2007): *Jász – Nagykun – Szolnok megye ifjúságának helyzete*. http://vfek.vfmk.hu/00000026/muranyi_szarvak_01.pdf (letöltés dátuma: 2007. szeptember 5.)
- MÜLLER ANETTA – KÖNYVES ERIKA – LÁZÁRNÉ FODOR IBOLYA (2006): Minőségi turizmus avagy minőség a turizmusban. *Szólóki Tudományos Közlemények X*.
- MÜLLER, HANSRUEDI (2002): *Freizeit und Tourismus: eine Einführung in Theorie und Politik*. [Szabadidő és turizmus: Bevezetés az elméletbe és a politikába.] Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern.
- NAGY ATTILA (2001): Kulturális tőke és internethasználat – középiskolás szemmel. *Könyv és nevelés*, 3. évf. 3. sz. 14-22. p.
- NAGY JÓZSEF (2002): *XXI. század és nevelés*. Budapest, Osiris.
- NAGY RÉKA (2006): *Digitális egyenlőtlenségek: Mítosz vagy valóság? Információs technológiák használatának aspektusai az ifjúság körében*. Ph.D értekezés Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem.
- NARANCSIK ÁGNES (2000): Az alternatív kultúrától a fogyasztói iparig. In GÁBOR KÁLMÁN (szerk.) (2000): *Társadalmi átalakulás és ifjúság*. Szeged, Belvedere.
- NICHOLSON-LORD, DAVID (2003): Turizmus-politika, a turizmus csak egy jól álcázott gyarmatosítás? In SZÖLLŐS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- OPASCHOWSKI, HORST (1996): *Pädagogik der freien Lebenszeit*. [A szabadidő pedagógiája.] Hamburg, Leske + Budrich Verlag.
- ORTT (2007): *Háttér, szakmai-közéleti elemzések a valóságműsorokról*. http://www.ortt.hu/elemzesek/20/1149622621/valosagshow_2003_1128.pdf (letöltés dátuma: 2007. január 15.)
- PANNON EGYETEM TURIZMUS TANSZÉK (2010): *Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája*. Készült az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtükárságának megbízásából. Veszprém.

- PIKÓ BETTINA (2005): Középiszolás fiatalok szabadidő struktúrája, értékattitűdjei és egészségmagatartása. *Szociológiai Szemle*, 15. évf. 2. sz. 88-99. p.
- PINE, B. JOSEPH – GILMORE, JAMES H. (1998): Welcome to the Experience Economy. [Isten hozott az élménygazdaságban.] *Harvard Business Review*, no. 7-8. 97-105. p.
- PLOG, STANLEY (1991): *Leisure travel: Making it a growth market...again!* [Szabadidős utazás: hogyan tegyük növekvő piaccá... újra!] New York, John Wiley and Sons, Inc.
- P. MIKLÓS TAMÁS (2003): Fejezetek a hazai gyermeküdültetés és ifjúsági turizmus történetéből. Cserkésztaborozás és turisztikai tevékenység a 20. század első felében. *Új Pedagógiai Szemle*, 53. évf. 7-8. sz. 218-227. p.
- P. MIKLÓS TAMÁS (szerk.) (2004): *Gyermek és serdülőkori szervezetek*. Zánka, Gyermek- és Ifjúságiszervezet Történeti Múzeum.
- POLÁNYI MIHÁLY (1994): *Személyes tudás I-II. Úton egy posztkritikai filozófiához*. Budapest, Atlantisz Könyvkiadó.
- POLGÁR JUDIT – SÜLYÖK JUDIT – KISS KORNÉLIA (2006): A belföldi turizmus alakulása 1990-től napjainkig. *Turizmus Bulletin*, 10. évf. 1. sz. 3-15. p.
- PORDÁNY SAROLTA (2006): Az informális tanulás értelmezése és mérése. In FEKETÉNÉ SZAKOS ÉVA (szerk.) (2006): *Fókuszban a felnőttek tanulása*. Gödöllő, Szent István Egyetem Gazdasági- és Társadalomtudományi Kar Tanárképző Intézet, 25–33. p.
- PORWOL, BERNHARD (2001): Qualität im Jugendtourismus: Die zentrale Bedeutung der Kundenzufriedenheit. Eine empirische Untersuchung. [Minőség az ifjúságturizmusban. A vásárlói elégedettség központi jelentősége. Egy empirikus vizsgálat.] *Bielefelder Jugendreiseschriften*, Band 3. Bielefeld, IFKA.
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA (2000): *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszere*. Budapest, Geomédia Szakkönyvek.
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA (2002a): *A turizmus hatásai*. Budapest, Aula Kiadó.
- PUCZKÓ LÁSZLÓ – RÁTZ TAMARA (2002b): A tematikus park mint turisztikai attrakció. *Turizmus Bulletin*, 6. évf. 1. sz. 6-15. p.

- PUSKÁS LÁSZLÓ (2006): A lakosság belföldi utazásai 2005-ben. In „*Számokban utazunk.*” A Központi Statisztikai Hivatal utazási kiadványa. 3. sz. Budapest, KSH. 18-20. p.
- PUSZTAI BERTALAN (1998): Vallás és turizmus. In FEJŐS ZOLTÁN (szerk.) (1998): *A turizmus mint kulturális rendszer.* Budapest, Néprajzi Múzeum.
- PUSZTAI BERTALAN (2000): Remény és beteljesülés. Utaslevelek a turizmus kutatásában. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció.* Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- PUSZTAI BERTALAN (2004): Turizmus, képzelet, történelem. *Aetas*, 19. évf. 3-4. sz. 211-213. p.
- PUSZTAI GABRIELLA – VERDES EMESE (2000): A társadalmi tőke hatása a felekezeti gimnazisták továbbtanulási terveire. *Szociológiai Szemle*, 10. évf. 1. sz. 89-105. p.
- PUSZTAI GABRIELLA (2004): *Iskola és közösség. Felekezeti középiskolások az ezredfordulón.* Budapest, Gondolat.
- RÁCZ JÓZSEF (1995): Ifjúsági marginalizáció, ifjúsági szubkultúrák. In GAZSÓ FERENC – STUMPF ISTVÁN (szerk.) (1995): *Vesztesek: Ifjúság az ezredfordulón.* Budapest, Ezredforduló Alapítvány.
- RÁCZ JÓZSEF (1996): Semmittevés Lakótelep és szegénynegyed-mentalitás. *Szociológiai Szemle*, 6. évf. 2. sz. 81-83. p.
- RÁTZ TAMARA (1999): *A turizmus társadalmi-kulturális hatásai.* Budapest, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Ph.D Disszertáció.
- REMPLIN, HEINZ (1962): *Die seelische Entwicklung des Menschen im Kindes- und Jugendalter. Grundlagen, Erkenntnisse und pädagogische Folgerungen der Kinder- und Jugendpsychologie.* [Az ember lelki fejlődése gyermek és ifjúkorban. A gyermek és ifjúságpszichológia alapjai, felismerései és pedagógiai következtetései.] München, Ernst Reinhardt Verlag.
- RICHARDS, GREG (2003): Az európai kulturális idegenforgalom termelése és fogyasztása. In SZÓLLÓS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- RICHARDS, GREG – WILSON, JULIE (2005): Új távlatok az ifjúsági és diákutaztatás területén. Jelentés a Nemzetközi Diákutaztatási Szövetség (ISTC) és az Idegenforgalmi és Szabadidős Oktatási Egyesület (ATLAS) számára. *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból.* Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola. 5-21. p.

- RICHARDS, GREG – WILSON, JULIE (2007): Hátizsákos turizmus, avagy az ifjúsági turizmus napjainkban. *Turizmus Bulletin*, 11. évf. 3. sz. 28-38. p.
- RITZER, GEORG (2003): A fogyasztás új arca – poszt turizmus és McDisneyzáció. In SZÓLLÓS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- RUBOVSKY KÁLMÁN (2002): Informális nevelés a felnőttoktatás peremvidékén. In B. GELENCSEK KATALIN ÉS PETHŐ LÁSZLÓ (szerk.) (2002): *Közművelődés és felnőttképzés. Írások Maróti Andor 75. születésnapjára*. Debrecen, Élethosszig Tartó Művelődésért Alapítvány.
- SÁGVÁRI BENEC (2009): Csellengő múzsák. Kultúra-és médiafogyasztási szokások a fiatalok körében. *Turizmus Bulletin*, 13. évf. 4. sz. 40-43. p.
- SCHMIDT, HERALD (1990): *Der deutsche Jugend-Tourist*. [A német ifjú turista.] Berlin, Verlag für universitäre Kommunikation.
- SCHÖNHAMMER, R. (1992): Youth Tourism as Appropriation of the World: A Psychological Perspective. [Ifjúsági turizmus mint a világ kisajátítása. Egy pszichológiai perspektíva.] *Phenomenology and Pedagogy*, no. 10. 19-27. p.
- SCHULZE, GERHARD (1992): *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. [Élménytársadalom. A jelenkor kultúrszociológiája.] Frankfurt-New York Campus.
- SCHULZE, GERHARD (2000): Élménytársadalom. A jelenkor kultúrszociológiája. *Szociológiai Figyelő*, 4. évf. 1-2. sz. 135–157. p.
- SCHULZE, GERHARD (2003): A Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulása. In WESSELY ANNA (szerk.) (2003): *A kultúra szociológiája*. Budapest, Osiris. 186-205. p.
- SCHUPPENER, HERING (2006): *Geburt einer neuen Urlaubergeneration*. [Egy új nyaralógeneráció születése.] http://www.wissen.dsft-berlin.de/Die_Geburt_einer_neuen_Urlaubergeneration/Info-16-520-4-4.0.html (letöltés dátuma: 2006.december 20.)
- SCITOVSKY TIBOR (1990): *Az örömtelen gazdaság*. Budapest, Közgazdasági és Jog Kiadó.
- SEATON, A. V. (2003): A társadalmi rétegződés hatása a turizmusban a háború óta. In SZÓLLÓS PÉTER (szerk.) (2003): *Turizmus és szociológia*. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.

- SIMMEL, GEORG (1973): A divat. In SIMMEL, GEORG (1973): *Válogatott társadalomelméleti tanulmányok*. Budapest, Gondolat, 473–508. p.
- SIMMEL, GEORG (2004): *A pénz filozófiája*. Budapest, Osiris Kiadó.
- SLATER, DON (2005): A fogyasztói kultúra körvonalai. *Replika*, 51-52. sz. 197-205. p.
- SOMLAI PÉTER (1997): *Szocializáció. A kulturális átörökítés és a társadalmi beilleszkedés folyamata*. Budapest, Corvina.
- SOMLAI PÉTER – TÓTH OLGA (2002): A házasság és család változásai az ezredforduló Magyarországon. *Educatio*, 11. évf. 3. sz. 339-348. p.
- STAGL, JUSTIN (2002): *Eine Geschichte der Neugier. Die Kunst des Reisens 1550-1800*. [A kíváncsiság története. Az 1550-1800 utazások művészete.] Wien, Böhlau Verlag.
- STEHRENBARGER, BRIGITTE (1986): *Junge Schweizer als Touristen*. [Fiatal svájciak mint turisták.] Bern, Verlag Peter Lang AG.
- SULYOK JUDIT (2005): Kulturális turizmus az európai városokban. *Turizmus Bulletin*, 9. évf. 3. sz. 18-29. p.
- SÜVEGES ANDRÁS (2007): *Fenntartható turizmus*. <http://www.mjvsz.hu/resourceb/5/09J0jmdtGf5Hj3vGI0EKPSXpw.pdf> (letöltés dátuma: 2007.június 20.) 1–4. p.
- SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA – LAKI LÁSZLÓ (szerk.) (2002): *Ifjúság2000 Tanulmánykötet*. Budapest, Nemzeti Ifjúságkutató Intézet.
- SZABÓ ANDREA – BAUER BÉLA (szerk.) (2009): *Ifjúság2008 gyorsjelentés*. Budapest, Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda.
- SZABÓ ILDIKÓ – FALUS KATALIN (2000): Politikai szocializáció Közép-Európai módra. A magyar sajátosságok. *Magyar Pedagógia*, 100. évf. 4. sz. 383–400. p.
- SZABÓ JÓZSEF – DURKÓ MÁTYÁS (2006): Új utakon az integráló andragógia. In BALIPAP FERENC (szerk.) (2006): *Az illegitim andragógusképzés megteremtője. In Memoriam Durkó Mátyás (1926-2005)*. Budapest, Magyar Művelődési Intézet. 64-73. p.
- SZAPU MAGDA (2004): A zene mentén szerveződő mai ifjúsági csoportkultúrák. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCÁS CSABA (szerk.) (2004): *Ifjúsági korszakváltás. Ifjúság az új évezredben*. Szeged, Belvedere.
- SZEKSZÁRDI JÚLIA (et al.) (2000): A serdülők erkölcsi szocializációja. *Magyar Pedagógia*, 100. évf. 4. sz. 473-498. p.
- SZENTANNAI ÁGOTA (1999): Ifjúsági korszakváltás. *Web*, 2. évf. 4-5 sz. 13-28. p.

- SZIJÁRTÓ ZSOLT (2000): A turizmus mint menedék. Képek és elképzelések a Káli medencében. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- SZIJÁRTÓ ZSOLT (2003): Szimbólumtermelés – élménynyfogyasztás: a tér szerepe a turizmusban. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2003): *Hejyeink, tárgyaink, képeink. A turizmus társadalomtudományos vizsgálata*. Budapest, Néprajzi Múzeum.
- SZIRA JUDIT (2007): *Új egyenlőtlenségek a tanuló társadalomban*. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=nyitott-16-szira-uj> (letöltés dátuma: 2007. augusztus 5.)
- SZONDA IPSOS (2000): A felnőtt lakosság véleménye az aktív üdülési és kulturális tevékenységekről. *Turizmus Bulletin*, 4. évf. 4. sz. 38-42. p.
- SZÓLLÓS PÉTER (2005): *A turizmus társadalmi beágyazottsága*. Budapest, Budapesti Corvinus Egyetem.
- TAKÁCS VIOLA (2000): A szülők iskolai végzettsége és gyermekeik iskolázási terve. *Iskolakultúra*, 10. évf. 8. sz. 14–33. p.
- TAKÁTS JÓZSEF (2000): Genus migrans. A turizmus kulturális azonosítása egy 1897-es szövegben. In FEJŐS ZOLTÁN – SZIJÁRTÓ ZSOLT (szerk.) (2000): *Turizmus és kommunikáció*. Budapest-Pécs, Tabula Könyvek, Néprajzi Múzeum – PTE Kommunikációs Tanszék.
- TASNÁDI JÓZSEF (2002): *A turizmus rendszere*. Szolnok, Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola.
- TÓT ÉVA (2002): A nem-formális tanulás elismerése – szemlélet és módszerek. *Szakképzési Szemle*, 18. évf. 2. sz. 178-193. p.
- TÓT ÉVA (2007): *A nem-formális tanulás elismerése – szemlélet és módszerek*. http://newsite.tpf.iif.hu/leonardo/docs/Elozetes_tudas.doc (letöltés dátuma: 2007. március 20.)
- TÓTH-MÓZER SZILVIA – LÉVAI DÓRA (2011): *Az oktatási és nevelési folyamat kiterjesztése online közösségi felületekre*. <http://pedagogia-online.hu/herj/2011/07/toth-mozer-szilvia-es-levai-dora-az-oktatasi-es-nevelesi-folyamat-kiterjesztese-online-kozossegi-feluletekre/> (letöltés dátuma: 2011. október 15.)
- TÖRÖK PÉTER (2002): E-turizmus: az internet és az e-business szerepének növekedése a turizmusban. *Turizmus Bulletin*, 6. évf. 1. sz. 16-22. p.

- TÖRÖK BALÁZS (2007): *A nem-formális és az informális tanulás elismerése.*
http://www.tpf.hu/upload/docs/palyazatok/leonardo/Segedanyagok/2007-es_prioritasok/szovegek/informalis_nem_formalis.pdf
 (letöltés dátuma: 2007. március 20.)
- TÖRZSÖK KÁROLYNÉ (1997): Nyaralás? Üdülés? Táborozás? *Fejlesztő Pedagógia*, 8. évf. 2. sz. 79-81. p.
- TRENCSENYI LÁSZLÓ (1997): Mozgalmak évada? *Új Pedagógiai Szemle*, 47. évf. 11. sz. 31-34. p.
- UNWTO (2002): *Youth Outbound Travel of the Germans, the British and the French* [Német, brit és francia fiatalok külföldi utazásai.] Madrid, UNWTO.
- UNWTO (2007a): *Globális Etikai Turisztikai Kódex.*
www.unwto.org/code_ethics/pdf/languages/Hungary.pdf (letöltés dátuma: 2007. június 22.)
- UNWTO (2007b): *Manila Declaration.* [Manilai Nyilatkozat.]
<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/1980%20Manila-eng.pdf> (letöltés dátuma: 2007. augusztus 21.)
- UNWTO (2008): *Definition of Tourism.* [A turizmus definíciója.]
http://www.mta.com.mt/uploads/1675/WTO_definition_of_tourism.pdf (letöltés dátuma: 2008. június 29.)
- URRY, JOHN (2007a): *A turisztikai érdeklődés.*
<https://www.turizmus.vein.hu/store/tourgaze2003.pdf> (letöltés dátuma 2007. március 20.)
- URRY, JOHN (2007b): *Turizmus, utazás és modern személyiség.*
www.turizmus.vein.hu-store-turszocio-12_fogyasztas_2.mdi
 (letöltés dátuma 2007. március 20.)
- URRY, JOHN (2007c): *Kulturális változások és a turizmus átstrukturálódása.*
www.turizmus.vein.hu-store-turszocio-09_statusszimbolum.mdi
 (letöltés dátuma 2007. március 20.)
- UTASI ÁGNES (1984): *Életstíluscsoportok, fogyasztási preferenciák. Rétegződésmodell vizsgálat. 5. kötet.* Budapest, MSzMP KB Társadalomtudományi Intézete.
- UTASI ÁGNES (2002): Társadalmi integráció és családi szolidaritás. *Educatio*, 11. évf. 3. sz. 384-403. p.
- VAJDA ZSUZSANNA (2008): Tudáshalászat: Az internet és a tanulás. *Educatio*, 17. évf. 2. sz. 241-252. p.

- VARGA ATTILA (2006): Diákok környezeti attitűdjei. *Iskolakultúra*, 16. évf. 9. sz. 58-64. p.
- VARGA ATTILA (2009): *A környezeti nevelés helyzete a magyar közoktatásban*. <http://www.oki.hu/oldal.php?tipus=cikk&kod=okologia-Varga-Kornyezeti> (letöltés dátuma 2009. május 20.)
- VÁRI PÉTER (et al.) (2002): Gyorsjelentés a PISA 2000 vizsgálatról. *Új Pedagógiai Szemle*, 52. évf. 1. sz. 38-65. p.
- VASKOVICS LÁSZLÓ (2002): Családfejlődés a mai Európában. *Educatio*, 11. évf. 3. sz. 349-364. p.
- VEBLEN, THORSTEIN (1975): *A dologtalan osztály elmélete*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- VIRÁG IRÉN (2008): *Az arisztokrácia neveltetése Magyarországon (1790-1848)*. Ph.D értekezés. Kézirat. Debrecen, Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete Könyvtára.
- WALLACE, CLAIRE (1998): Ifjúság, munka és oktatás a posztkommunista Európában: Út az individualizáció felé? *Korunk*, 6. sz. 5-12. p.
- WEBER, MAX (1998): *Tanulmányok*. Budapest, Osiris.
- WESSELY ANNA (1996): Élményhajhász társadalom. *Új-Symposion*, 8. sz. 25-29. p.
- ZAHL, BENTE (et al.) (2003): *Urlaubsreisen von Kindern und Jugendlichen*. [Gyermekek és fiatalok nyaralásai.] Kiel, Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH. in Kooperation mit der Christian-Albrechts-Universität.
- ZINNECKER, JÜRGEN (2006): Gyermekkor, ifjúság és szociokulturális változások a Német Szövetségi Köztársaságban. In GÁBOR KÁLMÁN – JANCÁS CSABA (szerk.) (2006): *Ifjúság szociológia*. Szeged, Belvedere. 95-116. p.
- ZINS, ANDREAS H. (1996): *Psychographic Tools in Tourism Behaviour Models: A Cross Validation*. [Pszichografikus eszközök az idegenforgalmi viselkedési modellekben: egy kereszt megerősítés.] Budapest, Competitive Paper, EMAC.
- ZSOLNAI ANIKÓ (1998): A szociális kompetencia fejlettsége a serdülőkorban. *Magyar Pedagógia*, 98. évf. 3. sz. 187-210. p.

A táblázatok jegyzéke

1. táblázat: A turizmus hatásai a természeti és a társadalmi-kulturális környezetre	24
2. táblázat: A kemény és a szelíd turizmus összehasonlítása	25
3. táblázat: Turizmusformák	28
4. táblázat: A turizmus alanyi oldala.....	29
5. táblázat: A Maslow-féle szükségletpiramis az utazási motivációk tükrében.....	33
6. táblázat: A turisták tipizálása.....	35
7. táblázat: A pénz megszerzésének motivációi	38
8. táblázat: Magatartástípusok az anyagi javak kezelésében.....	39
9. táblázat: A belföldi utazáson részt vevők, 2010.....	46
10. táblázat: A főutazás helyszínének kiválasztási szempontjai	47
11. táblázat: Célok, értékek, magatartásformák.....	48
12. táblázat: Az ifjúkori életkori események bekövetkezése (%)	55
13. táblázat: Életmódcsoportok összetétele.....	59
14. táblázat: A különböző értékrendű csoportok aránya a társadalmi-demográfiai szegmensekben (százalékban).....	64
15. táblázat: A gyermek és ifjúsági üdülések fejlődése Nyugat- és Kelet-Németországban 1960-1990 között.....	69
16. táblázat: A német fiatalok nyaralás alatti legfontosabb motivációi	72
17. táblázat: A német fiatalok és ifjú felnőttek nyaralása számokban	73
18. táblázat: Diszkóba, szórakozóhelyre való készülődés és ismerkedés közötti kapcsolat, átlagértéke.....	74
19. táblázat: A lengyel ifjúsági turizmus jellemzői.....	75
20. táblázat: Cohen turistakategóriái	85
21. táblázat: Különbségek a tanulók és a látogatók között.....	109
22. táblázat: Faktorok.....	158

Az ábrák jegyzéke

1. ábra: A turizmus rendszere és környezete	26
2. ábra: Az egyes életesemények bekövetkezése, átlagévekben (Ifjúság2004)56	
3. ábra: Baráti körrel nem rendelkezők településtípus szerint (Ifjúság2004) 57	
4. ábra: A pénzgyűjtés célja szerinti megoszlás a válaszadók százalékában (Ifjúság2004).....	62
5. ábra: A nyaralók százalékos megoszlása	76
6. ábra: A budapesti fiatalok nyaralása, szervezés szerint	78
7. ábra: A budapesti fiatalok üdülési célpontja százalékban	79
8. ábra: Tematikus parkok csoportosítása.....	87
9. ábra: A szülők iskolai végzettsége.....	116
10. ábra: Együtt lakik... ..	117
11. ábra: Testvér.....	118
12. ábra: A család anyagi helyzete.....	119
13. ábra: Családi nyaraló birtoklása	120
14. ábra: Zsebpénz	121
15. ábra: Munkavállalás a nyári szünetben	122
16. ábra: Az internet használata.....	124
17. ábra: Barátok és a szabadidő.....	125
18. ábra: A nyaralás alatt fontosnak tartott dolgok.....	128
19. ábra: Ha választhatna, legszívesebben utazna.....	130
20. ábra: Az első önálló nyaralás.....	131
21. ábra: A nyaralás helyszíne	132
22. ábra: A nyaralásra pénzt gyűjtők az önálló nyaralóknál.....	133
23. ábra: Nyári munkavállalás az önállóan nyaralóknál.....	133
24. ábra: Az elutazás oka	134
25. ábra: A családi nyaralások a vizsgált 3 évben (2004-2007)	135
26. ábra: A családi nyaralás jellemzői	136
27. ábra: A minden évben megtörténő családi utazások típusa	138
28. ábra: A családi nyaralás megszervezése.....	139
29. ábra: Az önálló nyaralás lehetőséget ad... ..	144
30. ábra: Ötlethozók megoszlása.....	146
31. ábra: Az internet használata az utazás megszervezéséhez.....	149
32. ábra: Internetes információforrások megoszlása.....	150

33. ábra: Az önálló nyaralás megszervezése	151
34. ábra: Önálló nyaralás megszervezése, időben	152
35. ábra: A helyszín kiválasztását befolyásoló tényezők megoszlása	153
36. ábra: A nyaralás alatt végzett tevékenységek	154
37. ábra: A nyaralás alatt végzett tevékenységek megoszlása.....	155
38. ábra: Meglátogatott fesztiválok.....	156



Mellékletek

1. sz. melléklet

Jegyzet a magyar háztartások utazási szokásainak jellemzőiről (2003-2010)

2. sz. melléklet

A Turizmus Globális Etikai Kódexe: koncepciók és útmutatók

3. sz. melléklet

Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája

4. sz. melléklet

A Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetségének Alapszabálya

1. sz. melléklet

Jegyzet a magyar háztartások utazási szokásainak jellemzőiről (2003-2010)

Jegyzetünkben a magyar háztartások utazási szokásainak főbb jellemzőit foglaljuk össze, hogy a családok utazási szokásairól még részletesebb képet kapjunk. A Magyar Turizmus Zrt. (M.Á.S.T. 2011) megbízásából összehasonlító felmérések készülnek a magyar lakosság utazási szokásaira vonatkozóan. 2003 óta azonos módszertannal, amely az összehasonlítást egyszerűvé teszi. 2000 és 2006 között éves szinten készültek, 2006 óta pedig két évente végeznek felméréseket.

Megállapítható, hogy 2003 és 2010 között a kirándulók aránya különösebben nem változott, azonban jelentősen emelkedett a belföldi kirándulások száma. 2010-ben kimagasló arányban vettek részt belföldi kiránduláson a magyar háztartások.

Az előzetes információgyűjtés az egy napos kirándulókra kevésbé jellemző, főként a rokonok-, ismerősök meglátogatása a céljuk, illetve még a bevásárlóturizmus jelentős (M.Á.S.T. 2011). (24. sz. táblázat)

24. táblázat: A kirándulások legfontosabb jellemzői

	2003	2005	2006	2008	2010
Kirándulások					
Kirándulók aránya (%)	66	65	72	63	68
Belföldi kirándulások száma a belföldön kirándulók között	7,4	5,5	6,8	6,0	11,8
Külföldi kirándulások száma a külföldön kirándulók között	2,67	2,08	2,18	1,6	2,06

Forrás: M.Á.S.T. (2011, 21)

Amennyiben az utazásokat vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy az utazók arányában jelentős változás a vizsgált 7 év során nem történt. A legfontosabb belföldi és külföldi úti célok is (Balaton, Budapest-Közép-Dunavidék, Észak-Magyarország; Ausztria, Olaszország, Horvátország) szinte változatlanok. Az utazások átlagos hossza 2006-ig emelkedett, azóta viszont fokozatosan csökkenő tendenciát mutat, amelyhez feltehetően a válságnak is köze van. (25. sz. táblázat)

25. táblázat: Az utazások legfontosabb jellemzői

Utazások					
Utazók aránya (%)	62	61	61	58,4	60,9
Belföldre utazók aránya (%)	67	62	62	57,8	61,5
Külföldre utazók aránya (%)	9	18	19	16,8	14,4
Mindkét helyre utazók aránya (%)	24	19	19	25,4	24,1
Utazások száma az utazók között	5,21	2,66	2,42	2,81	3,23
Belföldi utazások aránya (%)	89	79	75	75	78,4
Külföldi utazások aránya (%)	11	21	25	25	21,6
Belföldi utazások legfontosabb úti célja	Budapest-Közép-Dunavidék Észak-Magyarország	Balaton Budapest-Közép-Dunavidék - Észak-Magyarország	Balaton Budapest-Közép-Dunavidék Dél-Dunántúl	Balaton Észak-Magyarország Budapest-Közép-Dunavidék	Balaton Budapest-Közép-Dunavidék Észak-Magyarország
Külföldi utazások legfontosabb úti célja	Horvátország, Románia, Ausztria	Ausztria, Olaszország, Horvátország	Horvátország, Olaszország, Ausztria	Olaszország, Horvátország, Románia	Ausztria, Horvátország, Románia
Utazások hossza (nap)	3,1	4,97	5,2	4,23	4,0
Belföldi utazások hossza (nap)	2,7	4,45	4,78	3,42	3,39
Külföldi utazások hossza (nap)	6,6	6,95	6,49	6,44	6,22
Egy utazás költsége (Ft)	26 313	44 566	49 721	57 529	50 524

Forrás: M.Á.S.T. (2011, 21-22)

Az európai trendekhez (ETC 2009) hasonlóan a magyar háztartások utazási szokásairól elmondható, hogy a főutazások – a háztartások által legfontosabbnak megnevezett utazás – hossza egyre inkább csökken és a több, rövidebb, szabadidős célú utazás válik jellemzővé, amelyeket jól mutatnak az egyre népszerűbbé váló hosszú hétvégék is. Az internet használatának az aránya mind a belföldi, mind a külföldi utazás megszervezésénél a hét év során nőtt, és feltételezhetően a jövőben tovább fog emelkedni, az egyre egyszerűbbé váló internethez való hozzáférésnek köszönhetően. Pozitív hatást gyakorol a turisztikai információgyűjtésre az is, hogy az interneten számos utazással kapcsolatos információhoz is hozzá lehet jutni. Viszont az utazási irodák által szervezett utak arányában jelentős változás történt a vizsgált hét év során. Jól látható, hogy jelentősen csökkent az igénybe vevők száma. A trendek is azt mutatják, a tapasztalt turisták egyre inkább saját maguk állítják majd össze az egyes kínálati elemeket a közvetlen foglalás révén, mert az egyes szolgáltatásokat az utasok közvetlenül a világhálón keresztül is meg tudják vásárolni (ETC 2009). (26. sz. táblázat)

26. táblázat: A főutazások legfontosabb jellemzői

Főutazás					
Főutazások aránya	50	43	44,5	39,8	42,8
Belföldi főutazások aránya (%)	69	61	60,5	59,1	59,1
Külföldi főutazások aránya (%)	31	39	39,5	40,9	40,9
Belföldi főutazások legfontosabb fő úti célja	Balaton, Észak-Magyarország, Budapest-Közép-Dunavidék	Balaton, Észak-Magyarország, Budapest-Közép-Dunavidék	Balaton, Észak-Alföld, Budapest-Közép-Dunavidék	Balaton, Észak-Magyarország, Budapest-Közép-Dunavidék	Balaton, Észak-Alföld, Budapest-Közép-Dunavidék
Külföldi főutazások legfontosabb fő úti célja	Horvátország Olaszország Románia	Horvátország Olaszország Ausztria	Horvátország, Görögország, Olaszország	Horvátország Olaszország, Görögország	Horvátország Olaszország, Ausztria
Főutazások hossza	8,36	4,97	7	6,13	6,14
Belföldi főutazások hossza	9,57	5,37	6,36	4,96	5,51

(folytatása a következő oldalon)

Főutazás					
Külföldi főutazások hossza	9,54	8,28	7,97	7,83	7,03
Résztvevők száma	2,5	2,34	2,57	2,63	2,56
Egy belföldi főutazás költsége (Ft)	53 411	49 029	46 308	57 485	59 286
Egy külföldi főutazás költsége (Ft)	166 953	157 805	170 678	179 244	189 768
Utazási iroda által szervezett utazások aránya	15	18	17,7	7,5	2,7
A főutazás helyszínéről turisztikai információt gyűjtők aránya (%)	31	45,5	43,1	44	44,8
Internetet információforrásként használók aránya a belföldi főutazások esetében (%)	19	29,5	43,2	47,8	67,0
Internetet információforrásként használók aránya a külföldi főutazások esetében (%)	37	56,3	79,9	76,6	78,3

Forrás: M.Á.S.T. (2011, 23)

2. sz. melléklet

A Turizmus Globális Etikai Kódexe: koncepciók és útmutatók

Megjelent: Turizmus Bulletin, 1999/4. szám

Mi, a Turisztikai Világszervezet (WTO) tagjai, a világ turisztikai iparágának képviselői, az államok, a tartományok, a vállalatok, az intézmények és a testületek küldöttei, akik Közgyűlésünket 1999. október 1-én Chilében, Santiagóban tartottuk meg. Újra megerősítve a Turisztikai Világszervezet Alapokmányának 3. Cikkelyében kitűzött célokat, és annak tudatában, hogy e szervezet – amint azt az Egyesült Nemzetek Közgyűlése is elismerte – „döntő és központi” szerepet játszik a turizmus előmozdításában és fejlesztésében a gazdasági fejlődés, a nemzetközi megértés, a béke, a gazdasági virágzás előmozdítása és fajra, nemre, nyelvre vagy vallásra tekintet nélkül az emberi jogok és az alapvető szabadságjogok egyetemes tiszteletben tartása és betartása céljából;

Abban a szilárd meggyőződésben, hogy a turizmus a különböző kultúrájú és életstílusú emberek közötti közvetlen és spontán kapcsolatok révén, melyet előidéz, a béke e és a világ népei közti barátság és megértés előmozdítója. Összhangban a környezetvédelem, a gazdasági fejlődés és a szegénység elleni küzdelem fenntartható módon történő összeegyeztetésével, ahogyan azt az Egyesült Nemzetek 1992-ben Rio de Janeiróban tartott „Föld Csúcsértekezlete” és az ott elfogadott Agenda 21 kifejezte;

Figyelembe véve a – szabadidős, üzleti, kulturális, vallási vagy egészségügyi – turisztikai tevékenység gyors és folyamatos növekedését mind a múltban, mind a belátható jövőben, – és ennek pozitív és negatív hatásait az küldő és fogadóországok környezetére, gazdaságára és társadalmára, a helyi közösségekre és az őslakosokra csakúgy, mint a nemzetközi kapcsolatokra és kereskedelemre; Célul tűzve ki a felelős, fenntartható és mindenki számára elérhető turizmus előmozdítását a szabadidőhöz és az utazáshoz való jog keretében, tiszteletben tartva a népek azon jogát, hogy maguk válasszák meg számukra a társadalmat;

De meggyőződve, hogy a világ turisztikai iparága egészében véve olyan környezetben tud fejlődni, amely kedvez a piacgazdaságnak, a magánvállalkozásoknak és a szabadkereskedelemnek és amely optimalizálja a turizmus jótékony hatását a jólétre és a foglalkoztatásra. Abban a szilárd meggyőződésben, hogy számos elv és szabály betartását feltételezve, a

felelősségteljes és fenntartható turizmus egyáltalán nem összeegyeztethetetlen a szolgáltatások körében zajló kereskedelmet irányító azon szabályzók liberalizációjával, amelyek égisze alatt e szektor vállalatai működnek, és meggyőződve, hogy ebben a szektorban lehetséges a gazdaság és az ökológia, a környezetvédelem és a fejlődés, a nemzetközi kereskedelem felé való nyitottság, valamint a társadalmi és kulturális identitások összeegyeztetése;

Tekintetbe véve, hogy ebben a megközelítésben a turizmus fejlesztésének valamennyi szereplője – a turisztikai iparághoz tartozó valamennyi nemzeti, regionális és helyi irányítószerv, vállalkozás és üzleti társulás, a szektorban dolgozók, a nem-kormányzati szervezetek és testületek csakúgy, mint a fogadó közösségek, a média és maguk a turisták különböző, bár kölcsönösen összefüggő szerepet játszanak a turizmus egyéni és társadalmi fejlesztésében, valamint figyelembe véve, hogy ezek egyéni jogainak és kötelezettségeinek meghatározása hozzá fog járulni e cél eléréséhez; Elkötelezve az állami és a magánszereplők közötti valódi partneri viszony előmozdítása mellett a turizmus fejlesztése érdekében, a Turisztikai Világszervezet 1997. évi Közgyűlésén (Isztambul) hozott 364(XII) sz. határozatában kitűzött célnak megfelelően, és a hasonló típusú partnerség és együttműködés nyílt és kiegyensúlyozott módon történő elterjedését óhajtva a küldő és a fogadóországok, illetve turisztikai szektoruk közti kapcsolatokban;

Folytatva, a világturizmusról szóló 1980. évi, és a turizmus társadalmi hatásáról szóló 1997. évi Manilai Nyilatkozatok, valamint a WTO égisze alatt 1985-ben Szófiában elfogadott turisztikai alaptörvény és turisztikai kódex által megkezdett folyamatot, de úgy vélekedve, hogy ezeket az okiratokat ki kell egészíteni kölcsönösen összefüggő elvek készletével, ami alapján a turizmus fejlesztésének fő szereplői a 21. század hajnalán magatartásukat kell, hogy szabályozzák; Ennek az okmánynak a céljaira használva azokat az utazásra alkalmazható definíciókat és osztályozásokat – különös tekintettel a „látogató”, a „turista” és a „turizmus” fogalmára –, amelyeket az 1991. június 24-28 között, Ottawában megrendezett nemzetközi konferencián el és az Egyesült Nemzetek Statisztikai Bizottságának 27. ülésén, 1993-ban fejlesztettek tovább; megerősítjük a turizmushoz való jogot és a turisztikai mozgás szabadságát, kifejezzük azon szándékunkat, hogy előmozdítsuk a méltányos, felelősségteljes és fenntartható turisztikai világrendet, amelynek jótékony hatásaiból részesedni fog a társadalom valamennyi szektora a nyílt és liberalizált

nemzetközi gazdaság környezetében, és e célból ünnepélyesen elfogadjuk A Turizmus Globális Etikai Kódexét.

Elvek

1. Cikkely

A turizmus szerepe a népek és társadalmak közötti kölcsönös megértésben és tiszteletben

Az emberiség közös erkölcsi értékeinek megértése és előmozdítása – a vallási, filozófiai és erkölcsi meggyőződések sokféleségével szembeni türelem és tisztelet attitűdjével – a felelősségteljes turizmusnak egyaránt előfeltétele és következménye; a turizmus fejlődésének szereplői és maguk a turisták is kötelesek tiszteletben tartani valamennyi nép társadalmi kulturális hagyományait és gyakorlatait, beleértve a nemzeti kisebbségeket és az őslakosokat is és elismerve értékeiket a turisztikai tevékenységeket a fogadó területek és országok jellemzőivel és hagyományaival harmóniában, valamint törvényeinek, szokásainak tiszteletben tartásával kell folytatni a fogadó közösségeknek egyfelől és a helyi turisztikai szakembereknek másfelől ismereteket kell közölniük magukról az odalátogató turistáknak és tájékozódniuk kell azok életstílusáról, ízléséről és elvárásairól; a szakemberek oktatása és képzése hozzájárul a vendégszerető fogadtatáshoz;

A helyi hatóságok feladata a turisták és látogatók, valamint ingóságaik védelme; különös figyelmet kell fordítaniuk a külföldi turisták biztonságára, amely különleges sérülékenysükből eredhet; elő kell segíteniük az információadás, megelőzés, biztonság, biztosítás és segítségadás olyan sajátos eszközeinek bevezetését, amelyekre a turistáknak szüksége van; bármilyen, a turisták vagy a turisztikai szektorban dolgozók ellen irányuló támadást, tettegességet, emberrablást vagy fenyegetést, valamint a turisztikai felszereléseknek, építményeknek vagy a kulturális/természeti örökség elemeinek szándékos rongálását szigorúan el kell ítélni és meg kell büntetni a megfelelő nemzeti törvényekkel összhangban.

A turistáknak és a látogatóknak utazás közben tartózkodniuk kell bármilyen bűncselekménytől vagy olyan cselekménytől, amely a felkeresett ország törvényei szerint bűncselekménynek számít, és minden olyan magatartástól, amely a helyi lakosságra nézve sokkolónak vagy sértőnek tekinthető vagy amely valószínűleg károsítja a helyi környezetet; tartózkodniuk kell a tiltott kábítószer, fegyverek, antikvitások, védett

fajok és termékek, valamint veszélyes illetve a nemzeti szabályok szerint tiltott anyagok kereskedelmétől;

A turisták és a látogatók felelősek azért, hogy – akár még az elindulás előtt – megismerjék a felkeresni szándékozott országok jellemzőit; és tudatában kell lenniük azoknak az egészségügyi és biztonsági kockázatoknak, amelyek bármilyen, a szokott környezeten kívüli utazás esetén előfordulhatnak és úgy kell viselkedniük, hogy a lehető legkisebbek legyenek ezek a kockázatok;

2. Cikkely

A turizmus mint az egyéni és kollektív kiteljesedés eszköze

A turizmust, azaz a leggyakrabban a pihenéssel és kikapcsolódással, a sporttal, a kultúrával és a természettel összekapcsolt tevékenységet, az egyéni és kollektív kiteljesedés különleges eszközeként kell tervezni és gyakorolni; ha kellő nyitottsággal gyakorolják, akkor a turizmus az önképzés, a kölcsönös tolerancia, valamint a népek és kultúrák közötti legitim különbségek és sokféleségük megismerésének pótolhatatlan tényezője;

A turisztikai tevékenységeknek tiszteletben kell tartaniuk a férfiak és nők egyenlőségét; a turisztikai tevékenységek célja az emberi jogok, különösen a legsebezhetőbb csoportok, nevezetesen a gyermekek, az idősek, a hátrányos helyzetűek, a nemzeti kisebbségek és az őslakosok egyéni jogainak előmozdítása;

Emberek bármilyen formában történő kizsákmányolása, különösen szexuális úton, legfőképpen, ha gyermekek ellen irányul, a turizmus alapvető céljaival ellentétes és nem más, mint a turizmus megtagadása; az ilyen tettekkel szemben erőteljesen fel kell lépni a nemzetközi törvényekkel összhangban és valamennyi érintett országgal együttesen, s az ilyen tetteket enyhítés nélkül büntetni kell mind a meglátogatott ország, mind a tevékenységet elkövetők hazájának nemzeti törvénykezése által, akkor is, ha a tetteket külföldön követték el.

A vallási, egészségügyi, tanulási és kulturális vagy nyelvtanulási célú utazás különösen jótékony formája a turizmusnak, amelyet ösztönözni kell;

Ösztönözni kell a turizmus értékéről, a turizmus pozitív gazdasági, társadalmi és kulturális hatásairól és kockázatairól szóló tantárgyak felvételét a tantervbe;

3. Cikkely

Turizmus: a fenntartható fejlődés tényezője

A turizmus fejlődésének valamennyi szereplője köteles védeni a természeti környezetét a szilárd, folyamatos és fenntartható, a jelen és a jövő generációk szükségleteinek és törekvéseinek megfelelő gazdasági növekedés elérése érdekében

A nemzeti, regionális és helyi hatóságoknak első helyen kell kezelniük és ösztönözniük kell a ritka és drága források – különösen a víz és az energia – megőrzését célzó turisztikai fejlesztéseket, valamint a hulladéktermelés minimalizálását.

A turistarohamokat, különösen azokat, amelyek a fizetett szabadság és az iskolai szünidő miatt következnek be, igyekezni kell időben és térben szétteríteni és keresni kell a szünidők és szabadságok kevésbé koncentrált eloszlását annak érdekében, hogy csökkenjen a turisztikai tevékenységnek a környezetre gyakorolt nyomása és viszont növekedjen e tevékenységnek a turisztikai iparágra és a helyi gazdaságra kifejtett pozitív hatása;

A turisztikai infrastruktúrát úgy kell megtervezni és a turisztikai tevékenységeket úgy kell programozni, hogy védjük az ökoszisztémákból és biodiverzitásból összetevődő természeti örökséget és hogy megóvjuk az élővilág veszélyeztetett fajait; a turisztikai fejlesztések szereplőinek, különösen a turisztikai szakembereknek, egyetértésre kell jutniuk tevékenységük bizonyos korlátozásait illetően, amikor kifejezetten érzékeny területeken működnek: sivatagokban, sarkvidékeken, magashegységekben, tenger- vagy óceánpartokon, trópusi erdőkben vagy mocsarakban, amelyek kedveznek a természeti erőforrások létrejöttének, vagy védett területeken;

A természeti turizmust és az ökoturizmust a turizmus olyan fajtáinak tekintjük, amelyek különösen hozzájárulnak a turizmus rangjának növeléséhez, feltéve, hogy tiszteletben tartják a természeti örökséget és a helyi populációkat és megfelelnek a területek teherbíró-képességének;

4. Cikkely

Turizmus: az emberiség kulturális örökségének felhasználója és megőrzője

A turisztikai források az egész emberiség közös örökségének részét képezik; azok a közösségek, amelyek területén ezek elhelyezkednek, különleges jogokkal és kötelezettségekkel rendelkeznek a forrásokat illetően;

A turizmuspolitikát és a turisztikai tevékenységeket az országok művészi, régészeti és kulturális örökségének tiszteletben tartásával kell végrehajtani, ezt az örökséget védeni kell és megőrizni a jövő generációinak számára; előmozdítva ezek feltárását, védelmét, fejlesztését és átadását a jövő generációinak számára; különösen nagy gondot kell fordítani a turistákat vonzó műemlékek, templomok és múzeumok illetve a turisták számára megnyitandó régészeti és történelmi helyszínek megóvására és fejlesztésére; tiszteletben tartva tulajdonosaik jogait ösztönözni kell a magántulajdonban lévő kulturális javak és műemlékek megnyitását a közönség számára, csakúgy, mint a vallási épületek megnyitását elkerülve az istentisztelet normális szükségletével szembeni előítéleteket

A kulturális helyszínek és műemlékek látogatásából származó forrásokat, legalábbis részben, ezen örökség karbantartására, fejlesztésére és gondozására kell felhasználni;

A turisztikai tevékenységet úgy kell tervezni, hogy lehetővé tegye a hagyományos kulturális termékek, a kézműves iparágak és a népművészet továbbélését és virágzását, és ne hagyja, hogy azok elkorcsosuljanak és szabványossá váljanak;

5. Cikkely

Turizmus: a fogadóország és a helyi közösség számára kedvező tevékenység

A helyi lakosságot be kell vonni a turisztikai tevékenységekbe, és meg kell osztani velük azokat a gazdasági, társadalmi és kulturális előnyöket, amelyek a turisztikai tevékenységekből származnak, különös tekintettel a turisztikai tevékenységek által teremtett közvetlen és közvetett munkahelyekre;

A turizmuspolitikát úgy kell kidolgozni, hogy hozzájáruljon a meglátogatott régiókban élők életszínvonalának emeléséhez és oly módon, hogy megfeleljen a szükségleteiknek; a turisztikai üdülőhelyeket és a szálláshelyeket úgy kell tervezni és működtetni, hogy lehetőség szerint minél jobban integrálják azokat a helyi gazdasági és társadalmi életbe; amennyiben a munkaerő szakképzettsége azonos, a helyi munkaerő alkalmazásának kell elsőbbséget adni;

Különösen nagy figyelmet kell fordítani a tenger- és óceánpartok és a szigetek specifikus problémáira és az érzékeny falusi vagy hegyvidéki régiókra, ahol a turizmus gyakran ritka lehetőséget jelen a fejlesztésre a hagyományos gazdasági tevékenységek hanyatlása idején;

A turisztikai szakembereknek, különösen a befektetőknek, akiket a hatóságok által lefektetett szabályok irányítanak, környezeti hatástanulmányokat kell készíteniük fejlesztési terveik kapcsán; a turisztikai szakembereknek a legnagyobb átláthatósággal és tárgyilagossággal kell felvilágosítást adniuk tervezett programjaikról és azok előrelátható visszahatásairól, valamint párbeszédet kell kezdeményezniük az érintett lakossággal a programok tartalmáról;

6. Cikkely

A turizmus fejlődésében érintettek kötelezettségei

A turisztikai szakemberek kötelesek ellátni a turistákat a célállomásra és az utazási feltételekre, a vendéglátásra és a tartózkodásra vonatkozó tárgyalagos és őszinte információkkal. Biztosítaniuk kell, hogy a vendégeiknek ajánlott szerződéses záradékok könnyen érthetőek legyenek a vállalt szolgáltatások jellege, ára és minősége, valamint a turisztikai szolgáltatók oldalán történő egyoldalú szerződésszegés esetében felmerülő kártérítés tekintetében;

A turisztikai szakembereknek, a tőlük telhető mértékben, a hatóságokkal együttműködve figyelmet kell fordítaniuk azoknak a biztonságára, balesetmegelőzésére, egészségvédelmére és élelmiszerbiztonságára, akik a szolgáltatásaikat igénybe veszik; gondoskodniuk kell a biztosítási és elsősegély nyújtási rendszerekről; el kell fogadniuk azokat a jelentési kötelezettségeket, amelyeket a nemzeti szabályok írnak elő és kártérítést kell fizetniük, amennyiben nem tudnak megfelelni szerződéses kötelezettségeiknek;

A turisztikai szakembereknek, amennyire tőlük függ, hozzá kell járulniuk a turisták kulturális és szellemi feltöltődéséhez és lehetővé kell tenni számukra, hogy utazásuk során is gyakorolhassák vallásukat;

A küldőországok és a fogadóországok állami hatóságainak, az érintett szakemberekkel és azok társulásaival együttműködve, biztosítaniuk kell a megfelelő mechanizmusokat arra az esetre, ha az utazást szervező vállalat csődbe jut és a turistákat haza kell szállítani;

A kormányoknak joga – és kötelessége –, különösen válság esetén, hogy polgáraikat tájékoztassák a nehézségekről, vagy akár azokról a veszélyekről, amelyek külföldi utazásaik során érhetik őket; az ő felelősségük, hogy ezeket az információkat a fogadóországok turisztikai iparágára és saját szolgáltatóikra vonatkozó igazságtalan vagy eltúlzott előítéletek nélkül bocsássák ki; ezért az utazási tanácsadások tartalmát előzőleg egyeztetni kell

a fogadóországok hatóságaival és az illetékes szakemberekkel; a megfogalmazott ajánlásoknak szigorúan arányban kell állniuk a helyzet súlyosságával és arra a földrajzi területre kell szorítkozniuk, ahol a bizonytalanság felmerült; ezeket a tanácsadásokat módosítani kell vagy vissza kell vonni, amint minden visszatért a normális kerékvágásba;

A sajtónak, különösen a turizmusra szakosodott sajtónak, és az egyéb médiának, beleértve az elektronikus kommunikáció modern eszközeit, valósághű és kiegyensúlyozott tájékoztatást kell adnia azokról az eseményekről és helyzetekről, amelyek a turistaforgalmat befolyásolhatják; továbbá pontos és megbízható tájékoztatást kell adniuk a turisztikai szolgáltatásokat igénybe vevők számára; fejleszteni és erre a célra is használni kell az új kommunikációs és elektronikus kereskedelmi technológiákat; a média semmiképpen sem ösztönözheti a szexturizmust;

7. Cikkely

A turizmushoz való jog

A Föld kincseinek felfedezéséhez és élvezetéhez való közvetlen és személyes hozzáférés lehetősége a világ valamennyi lakójának egyformán joga; az egyre szélesebb körű részvételt a nemzeti és nemzetközi turizmusban úgy kell tekinteni, mint a szabadidő fenntartható fejlődésének egyik legjobb kifejeződését, és nem szabad akadályokat gördíteni az útjába;

A turizmushoz való egyetemes jogot a pihenéshez és a szabadidőhöz való jog következményeként kell tekinteni, beleértve az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatának 24. Cikkelye és a Gazdasági, Társadalmi és Kulturális Jogokról Szóló Nemzetközi Egyezmény 7.d Cikkelye szerint garantált munkaidő-korlátozást és a rendszeres fizetett szabadságot;

A hatóságok támogatásával fejleszteni kell a szociális turizmust, és különösen a különféle társadalmi szervezetek körében működő turizmust, amely előmozdítja a szabadidőhöz, az utazáshoz és a szabadsághoz való széles körű hozzáférést;

Ösztönözni és segíteni kell a családi, ifjúsági és diákturizmust, valamint az idősek és a fogyatékkal élők turizmusát;

8. Cikkely

A turisták áramlásának szabadsága

A turisták és a látogatók számára lehetővé kell tenni, hogy – a nemzetközi jogszabályokkal és a nemzeti szabályozással összhangban – szabadon mozoghassanak az országok között, illetve az egyik államból a

másikba, az Emberi Jogok Egyetem Nyilatkozatának 13. Cikkelye szerint; lehetővé kell tenni számukra az átutazáshoz, tartózkodáshoz és a turisztikai/kulturális helyszínekhez való hozzáférést anélkül, hogy túlzott formalitásoknak vagy megkülönböztetésnek lennének kitéve;

A turisták és a látogatók számára lehetővé kell tenni a belföldi és külföldi kommunikáció valamennyi meglévő formájához való hozzáférést; lehetővé kell tenni számukra a gyors és egyszerű hozzájutást a helyi közigazgatási, jogi és egészségügyi szolgáltatásokhoz; az érvényben lévő diplomáciai egyezményeknek megfelelően szabadságukban kell, hogy álljon a kapcsolatfelvétel országuk konzuli képviselőjével;

A turistáknak és a látogatóknak ugyanazokat a jogokat kell biztosítani személyes adataik és a velük kapcsolatos információk bizalmasságát illetően, mint a felkeresett ország lakóinak, kiváltképpen, ha ezeket az adatokat elektronikusan tárolják;

A határátlépéssel kapcsolatos olyan adminisztratív eljárásokat, mint a vízumok vagy az egészségügyi és vámformalitások – akár az állam hatáskörébe tartoznak, akár nemzetközi egyezményekből erednek – amennyire lehetséges úgy kell kialakítani, hogy előmozdítsák az utazás legmagasabb szintű szabadságát és a nemzetközi turizmushoz való legszélesebb hozzáférést; bátorítani kell az országcsoportok közti azon egyezményeket, amelyek fenti eljárásokat harmonizálják és egyszerűsítik; a turisztikai iparágra nehezedő sajátos adókat és illetékeket, melyek versenyképességét csökkentik, fokozatosan meg kell szüntetni vagy korrigálni;

Amennyire a küldőországok gazdasági helyzete megengedi, az utazók számára biztosítani kell az utazásukhoz szükséges konvertibilis valutákhoz való hozzájutást;

9. Cikkely

A turisztikai iparágban dolgozók és az ott működő vállalkozások jogai

A turisztikai iparágban és a kapcsolódó területeken dolgozó fizetett alkalmazottak és magánvállalkozók alapvető jogait mind a küldőállam, mind a fogadóországok országos és a helyi adminisztrációjának felügyelete alatt különös odafigyeléssel kell garantálni, tekintettel azokra a sajátos megszorításokra, amelyek főképpen munkájuk szezonálisával, iparáguk globális kiterjedésével és a foglalkozásuk természetéből gyakorta adódó rugalmassággal kapcsolatosak;

A turisztikai iparágban és a kapcsolódó területeken dolgozó fizetett alkalmazottak és magánvállalkozók joga és kötelessége, hogy megfelelő kezdeti és folyamatos képzésben vegyenek részt; megfelelő társadalmi védelemben kell részesülniük; a munkahelyek bizonytalanságát, amennyire lehetséges, korlátozni kell; és sajátos státuszt kell felajánlani a szektorban dolgozó idénymunkásoknak, különös tekintettel a társadalmi juttatásokra;

A meglévő nemzeti törvényeknek megfelelően bármely természetes vagy jogi személy – feltéve, hogy rendelkezik a szükséges képességekkel és hozzáértéssel – jogosult a turizmus területén történő szakmai tevékenység végzésére; a vállalkozók és befektetők – különösen a kis- és középvállalkozások körében – jogosultak a turisztikai szektorban való működésre a lehető legkevesebb törvényi vagy adminisztratív korlátozással;

A különböző országokból származó, akár fizetett, akár magánvállalkozó vezetők és alkalmazottak közti tapasztalatcsere elősegíti a világ turisztikai iparágának fejlődését; a megfelelő nemzeti jogszabályokkal és nemzetközi egyezményekkel összhangban, amennyire lehetséges meg kell könnyíteni ezeket a tapasztalatcseréket;

A nemzetközi csere fejlődésében és dinamikus növekedésében érvényesülő szolidaritás pótolhatatlan tényezőiként a turisztikai iparág multinacionális vállalkozásainak nem szabad kihasználniuk azt az uralkodó pozíciót, amit időnként elfoglalnak; el kell kerülniük, hogy a fogadóországokra mesterségesen ráerőltetett kulturális és társadalmi modellek közvetítői legyenek; cserébe a befektetés és kereskedelem szabadságáért, amit teljes mértékben el kell ismerni, fenti vállalkozásoknak részt kell venniük a helyi fejlesztésekben elkerülve azt, hogy profitjuk túlzott repatriálásával vagy az általuk megnövelt behozatal révén csökkenjen hozzájárulásuk azokhoz a gazdaságokhoz, amelyben működnek;

A küldő- és fogadóországok vállalatai közti partnerség és kiegyensúlyozott kapcsolatok létrehozása hozzájárul a turizmus fenntartható fejlődéséhez és a növekedéséből származó előnyök egyenlő elosztásához;

10. Cikkely

A turizmus fejlődésének állami és magán szereplői kötelesek együttműködni ezen elvek valóra váltásában és hatékony alkalmazásuk figyelemmel kísérésében;

A turizmus fejlesztésében résztvevőknek el kell ismerniük a turisztikai promóció és fejlesztések, az emberi jogok védelmének, a környezet- és

egészségvédelem terén hatáskörrel rendelkező nemzetközi intézmények (melyek között első helyen áll a Turisztikai Világszervezet) és nem kormányzati szervek szerepét, a nemzetközi jogszabályok általános elveinek tiszteletben tartásával;

E szereplők kifejezik szándékukat, hogy a Turizmus Globális Etikai Kódexének alkalmazásával vagy értelmezésével kapcsolatos bármilyen vitát a megegyezés érdekében az elé a pártatlan harmadik fél elé visznek, melyet a Turizmus Etikai Világbizottságaként ismernek.

Forrás:

http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/99_12/foum-3.html (letöltés dátuma: 2011. november 5.)

3. sz. melléklet

Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája

Készítette: Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából. Veszprém, 2010.

- Részlet -

Vezetői összefoglaló

A stratégia céljai, definíció és szemléletmód

A stratégia összeállításának célja a magyarországi ifjúsági turizmus hosszú távú fejlesztési irányainak kijelölése, valamint a hatékony fejlesztés megvalósításához szükséges szakmai munka szervezeti kereteinek és tartalmi vonatkozásainak meghatározása.

A stratégiában foglalt intézkedések megvalósulásuk esetén elősegítik:

- az ifjúsági turizmus fenntartható, értékteremtő, minőségi fejlesztését;
- a szereplők piaci orientációját előmozdító együttműködések kialakulását, illetve fejlődését;
- a térségfejlesztést a területi specifikumok figyelembevételével;
- a döntéshozók számára a koncepcionális iránymutatást, amellyel segíthetik az ifjúsági turizmus fejlesztését;
- a turizmus egyes részterületei, illetve a kapcsolódó ágazatok ifjúsági turizmussal kapcsolatos feladatainak meghatározását.

A stratégia igazodik a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában megfogalmazott alapvető célkitűzésekhez, amelyek:

- az ember és természet közötti harmonikus kapcsolatra épülő, hosszú távon jövedelmező fejlődés;
- a turistafogadás feltételeinek javítása;
- attrakció- és kínálatfejlesztés;
- emberi erőforrás fejlesztés;
- hatékony működési rendszer kialakítása;
- horizontális célok.

A stratégia a World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) formális meghatározását veszi alapul. Eszerint:

„Az ifjúsági turizmus magában foglalja a 16-29 éves korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó, önálló utazásait, amit részben vagy teljes egészben más kultúrák megismerésének vágya, élettapasztalat szerzése, és/vagy az utazó szokásos környezetén kívül elérhető formális vagy informális tanulási lehetőségekből származó haszonszerzés motivál.”

Szemléletmódunk szerint az ifjúsági turizmus nem önálló termék, ezért azt a „teljes körűen” értelmezett turizmus korosztályi metszetének tekintjük, amelyben bizonyos jelenségek, tulajdonságok értelemszerűen nagyobb hangsúlyt kapnak, mint az általánosságban vizsgált turisztikai ágazatban.

A stratégia készítése során elsősorban a 18-30 éves korosztály turizmusára összpontosítunk. A 18 év alattiak turizmusával kisebb súllyal foglalkozunk, lényegében kizárva a vizsgálódásból a családdal együtt történő utazás esetét.

Szemléletmódunk egyik sarkalatos pontja, hogy az ifjúsági turizmust elsősorban nem egy támogatásra szoruló, hanem egy értékteremtő területnek tekintjük. Az értékteremtés egyrészt a turizmusban részt vevő fiatalok személyiségének fejlődésében és ennek pozitív következményeiben mutatkozik meg, másrészt az ifjúságturisztikai fogyasztás megfelelő kiaknázásával realizálható gazdasági haszonban.

Helyzetelemzés

A World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) ifjúsági turizmusról mint globális jelenségről készített összefoglalója szerint a globális turizmus 20%-a köthető a fiatalokhoz (15-19 éves korosztály). Ez a fiatal korosztály évente 160 millió utazást tesz, ami 136 milliárd dolláros turisztikai piacot jelent 2007-es adatok alapján, és ez a 856 milliárd dolláros turisztikai bevétel 15,9%-át jelenti.

A KSH 2005-ös keresletfelvétele alapján becsült adatok szerint a Magyarországra utazók 24 százalékát a 25-34 évesek képviselték, illetve 9,8 százalékos volt a 15-24 évesek aránya.

A M.Á.S.T. Piac- és Közvélemény-kutató Társaság 2008-as felmérése szerint a 17-30 éves korosztály (18-24 és 25-30 év) a hazai utazások 28,4%-át adja a többnapos, és 28,9%-át az egynapos utazások esetében.

Az ifjúsági turizmus pontos statisztikáinak elkészítését, illetve minőségi sajátosságainak megítélését nehezíti, hogy nincsenek egységes módszertannal készült, összehasonlítható kutatási adatok a korosztály turizmusára vonatkozóan.

A hazai vonzerő-kínálatot áttekintve megállapítható, hogy az attrakciók változatos és sokszínű turisztikai termékek, illetve programok kialakítását teszik lehetővé, ugyanakkor bizonyos attrakció-típusoknál nincsenek meg a kellő mértékben az ifjúság speciális igényeinek, érdeklődésének megfelelő tulajdonságok. Nevezetesen hiányosságok mutatkoznak a kínálat élményszerűségét biztosító szolgáltatási elemek terén.

A szolgáltatáskínálat tekintetében megállapítható, hogy az ifjúsági szálláshelyekként definiált egységeken túl nehéz körülhatárolni az ifjúsági turizmus által igénybe vett további szálláshelyeket és egyéb szolgáltatásokat. Ez értékelési és fejlesztési tekintetben egyaránt gondot okoz.

Magyarország versenypozíciója az ifjúsági turizmusban nagyjából megfelel az ország általános turisztikai versenyhelyzetének. Ugyanakkor egyes szegmensek perspektívájából vizsgálva az általánosnál jobb összkép bontakozik ki: ez jellemző például a Magyarországra szórakozás és társas együttlét céljából érkezőkre.

Célkitűzések és szegmentáció

A stratégia az alábbi célok elérését tűzi ki:

Szocio-kulturális célok

- A természeti és kulturális értékek tudatosítása
- A kulturális kínálat iránti kereslet megteremtése
- A környezettudatos és kulturálisan nyitott társadalmi felelősségvállalás megerősítése és tudatosítása
- A turizmus iránt elkötelezett generációk kinevelése
- Vendégbarátság

Gazdasági célok

- Kis- és közepes vállalkozások piaci lehetőségeinek bővítése
- A foglalkoztatási lehetőségek bővítése
- A kulturális szektor finanszírozási lehetőségeinek bővítése
- Turisztikai célok
- Látogatók számának növelése

- Szolgáltatás-értékesítés számának növelése
- Az utazások számának növelése
- A kereslet időbeni egyenlőtlenségeinek csökkentése
- Bevételek növelése
- Ifjúság-specifikus termékek és szolgáltatások fejlesztése az élményszerűség fokozása
- Szolgáltatások minőségének javítása
- A külföldiek diszkriminációjának felszámolása az árképzésben
- Szervezeti-koordinációs feladat az együttműködés javítása az ifjúsággal foglalkozó más intézményekkel

Horizontális célok

- Fenntarthatóság
 - Természeti fenntarthatóság javítása
 - Gazdasági fenntarthatóság
 - Szocio-kulturális fenntarthatóság
- Esélyegyenlőség
 - Esélyegyenlőség megvalósítása.
 - Külön figyelmet kell fordítani a nők, a mozgássérültek és a szociálisan hátrányos helyzetűek igényeire
 - Határon átnyúló turizmusfejlesztés

Forrás:

http://www.kormany.hu/download/8/7c/20000/Ifjusagi_strategia_2010_05_17.pdf (letöltés dátuma: 2011. november 10.)

4. sz. melléklet

A Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetségének Alapszabálya

- Részlet -

I. Általános rendelkezések

- 1) A Szövetség neve: Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetsége Közhazsnú Szervezet
- 2) Székhelye: 1121 Budapest, Konkoly-Thege Miklós út 21.
- 3) Jelvénye: Egyenlőszárú háromszögben, félkör alakban elhelyezve a Szövetség neve, az így keresztezett félkör belsejében – egyenlő szélességű – nemzeti sávokból kirajzolódó, stilizált házzal.
- 4) Az alakulás éve: 1989.
- 5) Működési területe: Magyarország.
- 6) A Szövetség a működését jelen „Alapszabály”, egyéb belső szabályzatok, valamint az egyesületekre vonatkozó – 1989. évi II. tv. – alapján végzi.
- 7) A Szövetség törvényességi felügyeletét a Fővárosi Főügyészség látja el, a reá irányadó szabályok szerint.

II. A Szövetség célja és feladata

A Szövetség a céljai megvalósítását tagjai teljes önállóságának tiszteletben tartásával kívánja megvalósítani.

- 1) A Szövetség célja:
 - a) A Magyarországon működő ifjúsági szállások szakmai érdekképviselője, az ifjúsági szállásokat érintő közgazdasági, pénzügyi, jogi kérdésekben való állásfoglalás kialakítása és annak érvényesítése;
 - b) A hazai ifjúsági turizmus fejlődésének támogatása a Youth Hostel mozgalom szellemiségének meghonosításával és erősítésével;
 - c) Kapcsolatfelvétel, illetve kapcsolattartás belföldi és külföldi ifjúsági szállásokkal, valamint ifjúsági szállásokat tömörítő szervezetekkel, alapvetően az IYHF és az EUFED csatornáin keresztül;
 - d) Az ifjúsági szállások működésének hatékonyabbá tétele, a szálláshelyek jobb kihasználtságának elősegítése;
 - e) Sajátos eszközeivel az ifjúsági turizmus fejlődésének támogatása;
 - f) Az ifjúsági szálláshelyek szolgáltatásainak fejlesztése a fiatalok sport- és szabadidős tevékenységének fokozása érdekében.
- 2) A Szövetség a céljai elérése érdekében:
 - a) Szervezi és végzi az ifjúsági szállások érdekképviselőt és érdekvédelmét;

- b) Együttműködik a Nemzetközi Ifjúsági Szállások Szövetségével, az Európai Unióban működő Ifjúsági Szállások Szövetségével, valamint a hazai sport- és szabadidős célú szervezetekkel;
 - c) Kidolgozza és működteti a Magyarországon működő ifjúsági szállások közötti információs rendszert;
 - d) A nemzetközi kapcsolatok keretében együttműködési megállapodásokat köt, alapvetően az IYHF és az EUFED keretében;
 - e) Törekszik az Európai Unióval fennálló kapcsolatok elmélyítésére;
 - f) Kezdeményezi és segíti az ifjúsági szállások működéséhez szükséges szakemberképzést mind külföldön, mind hazánkban;
 - g) Segítséget nyújt az ifjúsági szállásoknak a szálláshelyek, programok közvetítéséhez;
 - h) Az ifjúsági szállások közös marketing tevékenységét kidolgozza és végzi.
- 3) A Szövetség az alábbi cél szerinti közhasznú tevékenységeket végzi [az 1997. évi CLVI. törvény 26. § c) bek. szerint]:
- § 4. nevelés és oktatás, képességfejlesztés, ismeretterjesztés,
 - § 10. gyermek- és ifjúságvédelem, gyermek- és ifjúsági érdekképviselet,
 - § 11. hátrányos helyzetű csoportok társadalmi esélyegyenlőségének elősegítése,
 - § 13. magyarországi nemzeti és etnikai kisebbségekkel, valamint a határon túli magyarsággal kapcsolatos tevékenység,
 - § 14. sport, a munkaviszonyban és a polgári jogi jogviszony keretében megbízás alapján folytatott sporttevékenység kivételével,
- 4) A Szövetség rögzíti, hogy a törvényben és a jelen okiratban rögzített közhasznú tevékenységeket folytatja; továbbá biztosítja, hogy a társadalom széles körei is részesülhessenek közhasznú szolgáltatásaiból. A jelen okiratban foglalt célkitűzések megvalósítása érdekében, a közhasznú tevékenység folytatásának feltételeiről a Szövetség együttműködési szerződést köt hasonló tevékenységeket ellátó szervezetekkel. A Szövetség évente dönt a céljai között felsorolt feladatok végrehajtásához felhasználható pénzeszközök mértékéről, felosztásuk módjáról és az egyéb támogatásokról.
- 5) A Szövetség a működése során együttműködik az állami és a hasonló tevékenységet folytató más társadalmi szervezetekkel; továbbá együttműködési szerződéseket köthet alapítványokkal, vállalkozásokkal és egyéb szervekkel, melyek tevékenysége nem ellentétes az Alapszabályban foglaltakkal.
- 6) A Szövetség a feladatainak ellátására létesítményeket, intézményeket hozhat létre, és tarthat fenn, valamint alapítványokat, vállalkozásokat

hozhat létre, továbbá ilyen célból részt vehet más társadalmi szervezetek, illetőleg gazdasági társaságok létrehozásában, működésében. A Szövetség az e tevékenységből származó nyereséget céljai megvalósítására, illetve feladatai fejlesztésére fordítja.

7) A Szövetség közvetlen politikai tevékenységet nem folytat, szervezete pártoktól független és azoknak anyagi támogatást nem nyújt.

Forrás: <http://www.miszzsz.hu/alapszabaly> (letöltés dátuma: 2011. december 2.)

Summary

Our book focuses on the youth age-group. We examined them in the context of their experience-consumption during tourism, touristic socialization and learning connected to tourism.

As regards its topics, the book can be divided into two main parts: theoretical overview and empirical research. The theoretical background can be divided into three big stages, the aim of which is systemic, conceptual clarification. We have examined the literature of this field through foreign and domestic works, studies, and writings published in scientific journals. In this respect, the sociological relations of tourism theory, books on pedagogy, and the literature of a wider scope are published primarily, showing the multidisciplinary of this paper. Beside that we also made an attempt at exploring empirical studies related to this topic.

We started the theoretical overview by introducing and analyzing the phenomena of tourism, and we did not leave the critical approach of mass tourism out of consideration either. The point of tourism theory can be grasped through the system of tourism, and for this reason we have also given a short description of the systemic approach of tourism, focusing on the subject of it. Throughout the section, we have outlined the fundamental conditions of taking part in tourism: motivation, freetime, and the discretionary income. The analysis of motivation was very useful for making tourist-typologies more tinged; in connection with the discretionary income, we examined consumption habits, and we were searching for the relation between tourism and social status specifically.

In the section entitled „Youth – free time – tourism” our aim was to form a conception of the young age-group as tourists. As tourism is connected to freetime, and it is some kind of consumption itself, we have taken the characteristics of their lifestyle into consideration first – stressing freetime and consumption habits – considering the most important features of the so called beginning of a new era in the life of the youth. After that we have given a detailed description of the antecedents of travelling of the youth, and presented and analyzed international and domestic research results.

In the third theoretical section of the paper (Learning opportunities during tourism) we have examined the role of experience while being a tourist, the media of touristic socialization, and the different ways of learning in the context of tourism. Since tourism and learning are related to freetime among other things, we also paid attention to gaining experience and learning through the reception of travel experience during freetime.

Considering that qualification has an important role in doing self-studies or not, we also examined the role of cultural capital (see Bourdieu 1978) in the context of tourism.

The second part of the paper deals with our own empirical research that we carried out among undergraduate secondary school students from Eger. The collection of data was done in the form of questionnaires, and the results gained from them were analyzed using the SPSS statistical program. We also compared our results with other nation-wide data that were available. The empirical research made an attempt at getting to know the secondary school students' participation in tourism, all the learning opportunities that can be related to it, and all the factors that can influence or determine it. We either strengthened or discarded our preliminary hypotheses based on the results.

The major questions of our research were aimed at examining how tourism as a popular freetime activity – in the form of memories and activities gained by experience – forms the personal development and knowledge of the youth, what it gives to them, focusing on the travelling features of secondary school students and the exploration of socio-cultural factors in the background. We have bestowed special attention to touristic socialization, participation in consumption, and spending freetime while on vacation in the context of learning, and we even made an attempt at setting up some kind of a typology in connection with them.

Resümee

Im Mittelpunkt unseres Buches steht die Jugend, die wir durch ihren „Erlebniskonsum“, ihre Sozialisation und ihr Lernen im Kontext des Tourismus untersucht haben.

Die Thematik kann in zwei größere Abschnitte – theoretische Übersicht, empirische Forschung – geteilt werden. Die Theorie besteht aus drei Teilen, und sie hat das Ziel, eine systematische und begriffliche Auslegung zu ermöglichen.

Wir haben die Fachliteratur durch ausländische und heimische Studien, beziehungsweise wissenschaftliche Zeitschriften untersucht, hier werden in erster Linie der sozialwissenschaftliche Aspekt des Tourismus und die Fachbücher der Erziehungswissenschaften dargestellt und es wird auf die Multidisziplinarität der Dissertation hingewiesen. Daneben haben wir noch Versuche gemacht, die zum Thema gehörenden empirischen Betrachtungen zu zeigen.

Wir haben die theoretische Übersicht mit der Darstellung und Analyse des Tourismus begonnen, wo wir die Kritik des Massentourismus nicht außer Acht gelassen haben. Da der Tourismus ein komplexes System ist, haben wir kurz darauf verwiesen, und wir haben die Betonung auf die Seite des Subjekts gestellt. Wir haben auch die Grundbedingungen der Teilnahme im Tourismus konturiert: also die Motivation, die Freizeit und das diskretionäre Einkommen. Die Analyse der Motivation leistet Hilfe zum Erkennen der Touristentypologie, und im Zusammenhang mit dem diskretionären Einkommen haben wir die Konsum-Gewohnheiten erforscht, indem wir den Zusammenhang zwischen dem Sozialstatus und dem Tourismus gesucht haben.

Das Kapitel „Jugend – Freizeit – Tourismus“ hat sich das Ziel gesteckt, ein Bild über die jungen Touristen schaffen zu können. Da sich der Tourismus an die Freizeit knüpft, haben wir zuerst die Charakterisierung der Lebensweise der Jugend vorgenommen und die Betonung auf die Gewohnheiten ihrer Freizeit und ihres Konsums gesetzt. Danach haben wir uns mit den Vorgängen der Jugendreisen beschäftigt, und ausländische, bzw. heimische Forschungen dargestellt, analysiert.

In dem dritten theoretischen Kapitel (Lernmöglichkeiten im Tourismus) haben wir die Rolle der im Tourismus gewonnenen Erlebnisse, die Instanzen der Sozialisation und das Lernen im Kontext des Tourismus betrachtet. Da sich der Tourismus unter anderem an die Freizeit knüpft, haben wir unsere Aufmerksamkeit auf das Lernen, und Erfahrungssammeln, das in der Freizeit zustande kommt, gerichtet. Unter

Berücksichtigung dessen, dass der schulische Abschluss eine bedeutende Rolle spielt, ob jemand sich selbst bildet (Bourdieu 1978), haben wir die Rolle des kulturellen Kapitals im Kontext des Tourismus erforscht.

Der zweite Abschnitt des Buches beschäftigt sich mit der eigenen empirischen Forschung, die wir in Eger unter 17-18-Jährigen mit Hilfe von Fragebögen geführt haben, und wir haben sie mit dem statistischen Programm SPSS bearbeitet, beziehungsweise haben wir unsere Ergebnisse mit den verfügbaren Landesangaben möglichst verglichen. Die empirische Forschung hat unter anderem Versuche auf die Untersuchung der Teilnahme der Jugend im Tourismus, auf die Erkenntnis der Lernmöglichkeiten bzw. auf die im Hintergrund stehenden, beeinflussenden und bestimmenden Faktoren gemacht. Danach haben wir unsere aufgestellten Hypothesen nach unseren Ergebnissen bestätigt oder verworfen.

Unsere Hauptfragen sind daran angelangt, wie der Tourismus als populäre Tätigkeit in der Freizeit – in der Form der gewonnenen Erlebnissen der Erfahrungen und Tätigkeiten – die Entwicklung der Persönlichkeit und das Wissen der jungen Touristen gestaltet, was er der Jugend anbietet, besonders im Hinblick auf die Reisen der 17-18-Jährigen. Wir haben besondere Aufmerksamkeit der touristischen Sozialisation, der Teilnahme der Jugend im Tourismus, und der Freizeitgestaltung im Kontext der Tourismus geweiht, und wir haben versucht, eine Typologie im Kreis der jungen Touristen zu bilden.

Köszönetnyilvánítás

Ezúton is szeretnék köszönetet mondani mindazoknak, akik lehetővé tették számomra, hogy ez a munka megszülethessen.

Köszönettel tartozom könyvem lektorálójának, Prof. Dr. Sári Mihálynak, hogy figyelmet fordított írásomra.

Köszönettel tartozom a könyv alapját képező disszertációm témavezetőjének, Dr. Juhász Erikának, illetve a Neveléstudományi Doktori Program akkori vezetőjének, Prof. Dr. Kozma Tamásnak, aki a témaválasztást bátorította.

Köszönetet szeretnék mondani Eger Megyei Jogú Város Oktatási, Kulturális, Sport és Ifjúsági Irodájának; a Dél-Magyarországi Pedagógiai Alapítványnak; az Európai Ifjúsági Kutató-, Szervezetfejlesztő és Kommunikációs Központnak; a SETUP Alapítványnak, illetve a SZINT Kft.-nek, hogy támogatták kutatásom megjelentetését.

A szöveg gondozásáért hálával tartozom Tornyi Zsuzsa Zsófiának és Tihanyi Katalinnak.

Köszönettel tartozom mindazon kollégáimnak, akik megerősítést és ösztönzést nyújtottak számomra.

Továbbá köszönöm családomnak és barátaimnak, hogy biztattak munkám során.

A szerző



X 195605

Simándi Szilvia
Ifjúság – turizmus – tanulás
Az ifjú korosztály turisztikai magatartása

Kiadta: Belvedere Meridionale
6725 Szeged, Hattyas sor 10.
Felelős kiadó: Dr. Szegfű László
Borítóterv: Majzik Andrea

Megrendelhető:
terjesztes@belvedere.meridionale.hu

Nyomta: S-Paw Bt., Üllés

